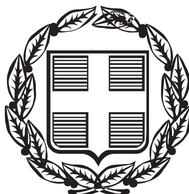




ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 424**

1 Απριλίου 2005

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Απόφαση[1] υπ' αριθ. 277/IV/2005

Απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού για αυτεπάγγελτη έρευνα στον κλάδο επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της (Κότσικα 1 Α & Πατησίων) την 19η Νοεμβρίου 2004, ημέρα Παρασκευή και ώρα 10:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Μέλη : Νικόλαος Γεράσιμος,

Θεόδωρος Δεληγιαννάκης,

Παναγιώτης Μαντζουράνης,

Κωνσταντίνος Ηλιόπουλος,

Λεωνίδας Νικολούζος,

Απόστολος Ρεφενές, λόγω κωλύματος του τακτικού Ιωάννη Κατσουλάκου και

Γεώργιος Τριανταφυλλάκης

Γραμματέας: Αικατερίνη Τριβέλη, κωλυομένης της τακτικής Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου.

Τα λοιπά τακτικά και αναπληρωματικά μέλη, καίτοι προσκληθέντα, δεν προσήλθαν λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η υπ' αριθ. πρωτ. 5154/21.10.2004 Εισήγηση της Γραμματείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού (εφεξής και Ε.Α.) που αφορά αυτεπάγγελτη έρευνα στον κλάδο επιχειρήσεων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ για πιθανές παραβάσεις του άρθρου 1 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει και του άρθρου 81 ΕΚ.

Στη συνεδρίαση είχαν νομίμως κλητευθεί : α) ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΟΣ, β) η εταιρεία ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, γ) η εταιρεία ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε., δ) η εταιρεία Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ, ε) η εταιρεία ΜΕΤΡΟ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Ειδών Διατροφής & Οικιακής Χρήσης, στ) η εταιρεία Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ, ζ) η εταιρεία ΤΡΟΦΙΝΟ Ανώνυμη Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Ειδών Σούπερ Μάρκετ και η) ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ.

Στη συνεδρίαση παρέστησαν: α) Για τον ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΟΣ (εφεξής και ΣΕΣΜΕ) ο νόμιμος εκπρόσωπός του Παντελής Παντελιάδης, Πρόεδρος του Δ.Σ. αυτού μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Δημήτρη Τζουγανάτου και Γιώργου Γιαννόπουλου, β) Για την εταιρεία ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (εφεξής ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.) ο νόμιμος εκπρόσωπός της Εμμανουήλ Αποστόλου, Πρόεδρος του Δ.Σ. αυτής, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Δημήτρη Μαγκλάρα και Νικολάου Σωτηρίου, γ) Για την εταιρεία ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΕ (εφεξής ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε.) ο νόμιμος εκπρόσωπός της Νικόλαος Βερόπουλος, Πρόεδρος του Δ.Σ. αυτής, μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου Δημήτρη Γαλάνη, δ) Για την εταιρεία Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ (εφεξής Διαμαντής Μασούτης) οι νόμιμοι εκπρόσωποι της Διαμαντής Μασούτης, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος αυτής και Αντώνιος Αγοραστούδης, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Ελευθερίου Σκαλίδη, Ιωάννη Δρυλλεράκη και Χαρίκλειας Σκαλίδη, ε) Για την εταιρεία ΜΕΤΡΟ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία Ειδών Διατροφής & Οικιακής Χρήσης (εφεξής ΜΕΤΡΟ), ο νόμιμος εκπρόσωπός της Αριστοτέλης Παντελιάδης Αντιπρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος αυτής μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου Δημήτρη Μαγκλάρα, στ) Για την εταιρεία Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (εφεξής ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ) ο νόμιμος εκπρόσωπός της Γρηγόρης Παπαδόπουλος, Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. και Διευθύνων Σύμβουλος αυτής μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Ιωάννη Δρυλλεράκη και Εμμανουήλ Δρυλλεράκη, ζ) Για την εταιρεία ΤΡΟΦΙΝΟ Ανώνυμη Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Ειδών Σούπερ Μάρκετ (εφεξής ΤΡΟΦΙΝΟ) ο νόμιμος εκπρόσωπός της Δημήτριος Πάριος, Πρόεδρος του Δ.Σ. και Διευθύνων Σύμβουλος αυτής, μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου Ιωάννη Παϊταζόγλου και η) για την εταιρεία ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (εφεξής ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ) ο εκ-

---

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β΄/4.4.2001), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

πρόσωπός της Κωνσταντίνος Μαχαίρας, Γενικός Διευθυντής και μέλος του Δ.Σ. αυτής, μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων Κωνσταντίνου Βουτεράκου, Αναστασίας Δρίτσα, Αγγελικής Κανελλοπούλου και Ελένης Προβίδη.

Η συζήτηση της ανωτέρω υπόθεσης συνεχίστηκε και κατά τις παρακάτω συνεδριάσεις της Ε.Α. α) την 29η Νοεμβρίου 2004, ημέρα Δευτέρα και ώρα 11:00, β) την 6η Δεκεμβρίου 2004, ημέρα Δευτέρα και ώρα 10:00, γ) την 16η Δεκεμβρίου 2004, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:00, δ) την 11η Ιανουαρίου 2005, ημέρα Τρίτη και ώρα 11:30, ε) την 18η Ιανουαρίου 2005, ημέρα Τρίτη και ώρα 11:30 και στ) την 25η Ιανουαρίου 2005 ημέρα Τρίτη και ώρα 16:00. Οι παραπάνω συνεδριάσεις έλαβαν χώρα στην ως άνω αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της Ε.Α.

Στην αρχή, το λόγο έλαβε η Αλεξάνδρα Παπαγεωργίου, Προϊσταμένη του Β΄ Τμήματος Ελέγχου Συμπράξεων και Καταχρηστικών Πρακτικών της Γραμματείας της Ε.Α., ως αναπληρώτρια της Γενικής Εισηγήτριας Σοφίας Καμπερίδου που απουσίαζε λόγω δικαιολογημένου κωλύματος, η οποία ανέπτυξε την με αριθμ. πρωτ. 5154/21.10.2004 γραπτή εισήγηση της Γραμματείας και λαμβανομένων υπόψη όσων αναφέρονται στο σκεπτικό της εισήγησης πρότεινε τα εξής:

"α) Να υποχρεωθεί ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΟΣ να παύσει την παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 και 81 παρ. ΣυνθΕΚ και να παραλείψει αυτή στο μέλλον,

β) να επιβληθεί και να απειληθεί σε περίπτωση συνέχισης ή επανάληψης της παράβασης, πρόστιμο ή και χρηματική ποινή, το ύψος των οποίων θα προταθεί με συμπληρωματική εισήγηση της Γραμματείας,

γ) να υποχρεωθούν οι εταιρείες ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε., ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε., Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ, ΜΕΤΡΟ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΤΙΚΗ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε, ΤΡΟΦΙΝΟ Α.Β.Ε.Ε. ΑΝΩΝΥΜΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΙΔΩΝ SUPER MARKETS, ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.- SUPER MARKETS να παύσουν την παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 και να παραλείψουν αυτή στο μέλλον,

δ) να επιβληθεί και να απειληθεί σε περίπτωση συνέχισης ή επανάληψης της παράβασης, πρόστιμο ή και χρηματική ποινή, το ύψος των οποίων θα προταθεί με συμπληρωματική εισήγηση της Γραμματείας."

Στη συνέχεια, τον λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι και οι εκπρόσωποι των ενδιαφερομένων μερών, οι οποίοι ανέπτυξαν τις απόψεις τους, έδωσαν διευκρινίσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Ε.Α. και ζήτησαν την απόρριψη των αιτιάσεων της Γραμματείας όπως διατυπώνονται στην υπ. αριθμ. πρωτ. 5154/21.10.2004 εισήγησή της. Επίσης, τα ενδιαφερόμενα μέρη ζήτησαν από την Επιτροπή την εξέταση μαρτύρων για τη θεμελίωση των ισχυρισμών τους. Η δε Επιτροπή, αποδεχόμενη το αίτημα εξέτασε : α) τον μάρτυρα της εταιρείας Διαμαντής Μασούτης, Ιωάννη Ξηρογιαννόπουλο, Εμπορικό Διευθυντή της εταιρείας ΜΕΒΓΑΛ β) τον μάρτυρα της εταιρείας ΤΡΟΦΙΝΟ, Μιχαήλ Σαράντη, Πρόεδρο και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας Όλυμπος-Τυράς γ) τον μάρτυρα του ΣΕΣΜΕ, Σπυρίδωνα Δεσύλλα, Πρόεδρο και Διευθύνων Σύμβουλο της εταιρείας ΕΛΑΪΣ. δ) τον μάρτυρα της εταιρείας ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε., Απόστολο Πεταλά, Γενικό Διευθυντή της εταιρείας ΗΒΗ-PEPSICO ε) τον μάρτυρα της εταιρείας ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε., Ανδρέα Ασλανίδη, Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρείας UNILEVER HELLAS, στ) τον μάρτυρα της εταιρείας ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, Μιχαήλ Φανδρίδη Πρόεδρο του ECR Ελλάδος (Σύνδεσμος Βιομηχάνων και Λιανεμπορίου), ζ) τον μάρτυρα της εταιρείας ΜΕΤΡΟ, Ιωάννη Σιαμπάνη, Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρείας FREESLAND, και η) τον μάρτυρα της εταιρείας ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, Κωνσταντίνο Σπέντζο, Πρόεδρο της εταιρείας ΘΡΑΚΗ.

Μετά την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας, ο Πρόεδρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού έδωσε προθεσμία έως την 2α Φεβρουαρίου 2005, ημέρα Τετάρτη και ώρα 12:00, στα ενδιαφερόμενα μέρη για να προσκομίσουν τα υπομνήματά τους και όποια αποδεικτικά στοιχεία έκριναν σκόπιμο να υποβάλλουν.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε Διάσκεψη κατά τη συνεδρίαση της 3ης Φεβρουαρίου 2005, ημέρα Πέμπτη και ώρα 14:30, την οποία συνέχισε κατά τις συνεδριάσεις α) της 7ης Φεβρουαρίου 2005, ημέρα Δευτέρα και ώρα 14:30, β) της 14ης Φεβρουαρίου 2005, ημέρα Δευτέρα και ώρα 15:00, γ) της 21ης Φεβρουαρίου 2005, ημέρα Δευτέρα και ώρα 15:00 και ολοκλήρωσε την 28η Μαρτίου 2005, ημέρα Δευτέρα και ώρα 13:30. Οι ανωτέρω συνεδριάσεις έλαβαν χώρα στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού κατά τη διάσκεψή της, αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του σχετικού φακέλου, την Εισήγηση της Γραμματείας, τις απόψεις που διετύπωσαν εγγράφως και προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υποθέσεως και με τα υπομνήματά τους τα οποία υπέβαλαν, τις ένορκες βεβαιώσεις μαρτύρων, καθώς και τα όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ

Η Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού ξεκίνησε αυτεπάγγελτη έρευνα στον κλάδο των επιχειρήσεων / αλυσίδων λιανικής και χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ για την τήρηση των διατάξεων των άρθρων 1 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει, και 81 ΕΚ με αφορμή δημοσίευμα ημερήσιας εφημερίδας.

Το εν λόγω δημοσίευμα ανέφερε ότι στις 23.4.2004 σε αίθουσα του ξενοδοχείου "SOFITEL" στην περιοχή του αεροδρομίου "Ελευθέριος Βενιζέλος" στα Σπάτα, υπήρξε μυστική συνάντηση εμπόρων - βιομηχάνων για χειραγώγηση τιμών με στόχο μεμονωμένες αλυσίδες λιανικού εμπορίου. Ως "οικοδεσπότες" της εν λόγω συνάντησης ήσαν εκπρόσωποι επτά (7) αλυσίδων και ομίλων που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του οργανωμένου λιανεμπορίου (ήτοι των Μ. Αποστόλου - ΑΤΛΑΝΤΙΚ, Ν. Βερόπουλου - ομώνυμης αλυσίδας, Γ. Μασούτη - ομώνυμης μακεδονικής αλυσίδας, Κ. Μαχαίρας - ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, Αρ. Παντελιάδη - ΜΕΤΡΟ, Γρ. Παπαδόπουλου και Στ. Σκλαβενίτη - ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, και Δ. Πάριου - ΤΡΟΦΙΝΟ) και ως "προσκεκλημένοι", εκπρόσωποι των σημαντικότερων και μεγαλύτερων ελληνικών βιομηχανιών και εισαγωγικών και εμπορικών εταιρειών που διακινούν κυρίως ή σε μεγάλο βαθμό τα προϊόντα τους μέσω αλυσίδων ειδών σούπερ μάρκετ (ήτοι των: Αθηναϊκή Ζυθοποιΐα, Γιώτης, Δέλτα, Ελαΐς, Ελμπίσκο, Θράκη, Κανάκης, Κατσέλης, Κόκα-Κόλα 3Ε, ΦΑΓΕ, Chipita, Colgate, Procter and Gamble, Nestlé, Unilever, Bolton, L' OréaL, Kraft, Johnson and Johnson, Henkel, Μεβγάλ, Παπαδόπουλος, Μινέρβα, Μίσκο, Μέλι Αττική κ.ά.).

Επίσης, στο ίδιο δημοσίευμα γινόταν αναφορά στην εφαρμογή του Άρθρου 24 του Ν. 2941/2001 που "απαγορεύει την λιανική πώληση εμπορευμάτων κάτω του κόστους αγοράς", με αφορμή του οποίου ο ΣΕΣΜΕ έχει δώσει οδηγίες στα μέλη του για το ποσοστό των εκπτώσεων που επιτρέπει σε καθέναν από τους προμηθευτές ξεχωριστά να αναγράφουν στα τιμολόγιά τους.

Για το ως άνω θέμα, η ίδια εφημερίδα επανήλθε με δεύτερο δημοσίευμα στις 2.6.2004, στο οποίο ανέφερε ότι με την ευθύνη του ΣΕΣΜΕ από το 2001 εφαρμόζεται "κατάλογος", βάσει του οποίου δεν γίνονται δεκτά τα προϊόντα προμηθευτριών εταιρειών εάν στα σχετικά τιμολόγια αναγράφονται ολόκληρες οι προσφερόμενες εκπτώσεις.

Από την έρευνα της Γραμματείας συνελλέγησαν στοιχεία που υπαγόρευσαν την ανάγκη διερεύνησης αφενός του περιεχομένου και των συνεπειών του καταλόγου ποσοστών εκπτώσεων επί τιμολογίου που είχε καταρτίσει ο ΣΕΣΜΕ τον Δεκέμβριο 2001 και αφετέρου του πρωταγωνιστικού ρόλου ορισμένων αλυσίδων στην οργάνωση συνάντησης με τους βασικούς προμηθευτές του λιανεμπορίου, σε μια από κοινού προσπάθεια επηρεασμού της εμπορικής πολιτικής των τελευταίων.

Ι. ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΝΩΠΙΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

1. Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΟΣ είναι σωματείο, με 41 μέλη στην Αττική και 53 στην επαρχία, το οποίο έχει έδρα στην Αθήνα και σύμφωνα με το άρθρο 2 του καταστατικού του, σκοπό έχει την :

- Παρακολούθηση και προαγωγή των συμφερόντων των επιχειρήσεων ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ (υπεραγορές μικτών καταστημάτων) στην Ελλάδα.

- Τη συλλογική εκπροσώπηση γενικά των επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ και ειδικότερα ενώπιον των Δημοσίων Αρχών, Δικαστηρίων και Συλλογικών Οργάνων.

- Τη συλλογική εκπροσώπηση των μελών του Συνδέσμου ενώπιον των Οργάνων και των υπηρεσιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και

- Τη συμμετοχή του Συνδέσμου σε ευρωπαϊκές και γενικότερα διεθνείς κλαδικές οργανώσεις που επιδιώκουν παρεμφερείς σκοπούς.

2. Η ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε. εδρεύει στον Άλιμο, Αττικής και δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 169 καταστήματα λιανικής και 23 χονδικής.

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας το 2003 ανήλθε σε 523.369.821 Ευρώ και ο ενοποιημένος σε 537.600.888 Ευρώ.

3. Η ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. εδρεύει στη Μεταμόρφωση Αττικής και δραστηριοποιείται κυρίως στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 165 καταστήματα λιανικής και 3 Cash & carry.

Στον όμιλο εκτός την παραπάνω εταιρεία ανήκουν επίσης οι εταιρείες ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ Α.Ε., του αυτού αντικειμένου με 29 καταστήματα στην Κρήτη.

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας το 2003 ανήλθε σε 536.640.153 Ευρώ και ο ενοποιημένος σε 665.063.153 Ευρώ.

4. Η Διαμαντής Μασούτης εδρεύει στη Θέρμη, Θεσσαλονίκης και δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 76 καταστήματα λιανικής πώλησης και 13 χονδρικής πώλησης.

Στον όμιλο ανήκουν επίσης η εταιρεία ΑΛΦΑ ΔΕΛΤΑ Α.Ε., του αυτού αντικειμένου με 72 καταστήματα λιανικής πώλησης καθώς και η Δ. Μασούτης Α.Ε. Δυτικής Θεσσαλονίκης με αντικείμενο την εμπορία, τυποποίηση νωπών λαχανικών και κρεάτων.

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας για το έτος 2003 ανήλθε σε 290.261.215 Ευρώ και ο ενοποιημένος 434.730.321 Ευρώ.

5. Η ΜΕΤΡΟ εδρεύει στη Μεταμόρφωση Αττικής και δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 38 καταστήματα λιανικής πώλησης και 25 χονδρικής πώλησης.

Εταιρείες που ελέγχονται από μέλη του Δ.Σ. της εταιρείας είναι οι ΟΡΤΙΜΑ Α.Ε. με αντικείμενο την εισαγωγή και εμπορία τροφίμων, η Ήπειρος Α.Ε. με αντικείμενο την παραγωγή και πώληση τυροκομικών προϊόντων και η ΔΙΟΝ ΕΠΕ με αντικείμενο την πρακτόρευση ασφαλιστικών εταιρειών.

Ο κύκλος εργασιών της το έτος 2003 ανήλθε σε 422.751.534 Ευρώ.

6. Η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ εδρεύει στο Περιστέρι, Αττικής και δραστηριοποιείται στην λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 36 καταστήματα.

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας το έτος 2003 ανήλθε σε 764.807.816 Ευρώ.

7. Η ΤΡΟΦΙΝΟ εδρεύει στη Νέα Φιλαδέλφεια, Αττικής και δραστηριοποιείται στην λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ. Διαθέτει 11 καταστήματα.

Ο κύκλος εργασιών της το έτος 2003 ανήλθε σε 19.028.828 Ευρώ.

8. Η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ εδρεύει στο Γέρακα, Αττικής και δραστηριοποιείται στην λιανική και χονδρική πώληση ειδών διατροφής και λοιπών ειδών σούπερ μάρκετ.

Η εταιρεία ελέγχεται από την βελγική εταιρεία DELHAIZE και ελέγχει τις εταιρείες ΤΡΟΦΟ Α.Ε. με το αυτό αντικείμενο, και μέσω της ΤΡΟΦΟ την ΕΝΑ Α.Ε. με αντικείμενο την χονδρική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ (10 καταστήματα).

Η εταιρεία μαζί με την ΤΡΟΦΟ διαθέτει 96 καταστήματα.

Ο κύκλος εργασιών της το 2003 ανήλθε σε 789.040.793 Ευρώ και ο ενοποιημένος σε 901.549.505 Ευρώ.

ΙΙ. ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Α) Σχετική αγορά προϊόντος

1. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους.

Τα εμπλεκόμενα στην υπό κρίση υπόθεση μέρη δραστηριοποιούνται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

Συνεπώς, στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετική αγορά προϊόντων θεωρείται αυτή της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ (εμπορία τροφίμων, ειδών ατομικής χρήσης, οικιακής χρήσης και γενικά καταναλωτικών αγαθών) η οποία σύμφωνα με προηγούμενες αποφάσεις της Ε.Α. αποτελεί διακριτή αγορά (βλ. αποφάσεις Ε.Α. 17/1995, 106/ΙΙ/1999, 176/ΙΙΙ/2001, 194/ΙΙΙ/2001, 204/ΙΙΙ/2001).

Εξάλλου, σύμφωνα και με την πρόσφατη νομολογία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (βλ., για παράδειγμα, Case No IV/M.1612 - Wal-Mart/ASDA της 23.7.1999, παρ. 7) ορίζε-

ται ότι η σχετική αγορά όσον αφορά τη λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ αποτελείται από όλα τα καταναλωτικά προϊόντα που πωλούνται σε περιβάλλον σούπερ μάρκετ. Συγκεκριμένα ορίζεται ότι η σχετική αγορά αποτελείται από την παροχή ενός καλαθιού με φρέσκα ή μη τρόφιμα, και καταναλωτικά αγαθά οικιακής χρήσης που πωλούνται σε σούπερ μάρκετ.

Από τον παραπάνω ορισμό αγοράς αποκλείονται μόνο εξειδικευμένα καταστήματα λιανικής πώλησης (βλ. Case No IV/M.914 - TESCO/ABF της 5.5.1997, παρ. 9, Case No IV/M.1612 - Wal-Mart/ASDA της 23.7.1999. παρ. 7) Προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και "επώνυμα" προϊόντα σούπερ μάρκετ αποτελούν προϊόντα ανταγωνιστικά σε επίπεδο λιανικής πώλησης και ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά.

Με βάση στοιχεία της ICAP και της Γραμματείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού εκτιμάται ότι το συνολικό μερίδιο αγοράς των εμπλεκομένων στην υπό κρίση υπόθεση εταιρειών το έτος 2003 ξεπερνάει το 50% στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

2. Χαρακτηριστικά - Εξέλιξη του κλάδου - Ανταγωνισμός

Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης καταστημάτων σούπερ μάρκετ άρχισαν να εξαπλώνονται στην Ελλάδα το 1970, περιορίζοντας σταδιακά τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP, ο συνολικός αριθμός καταστημάτων (αλυσίδων και μεμονωμένων σούπερ μάρκετ) το 2002 ανέρχονταν σε 3.025 καταστήματα.

Ο εν λόγω κλάδος, τα τελευταία χρόνια, παρουσιάζει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Τάση επέκτασης των αλυσίδων σούπερ μάρκετ μέσω εξαγορών, απορροφήσεων καθώς και δημιουργίας νέων καταστημάτων, ενώ σημαντική είναι η περαιτέρω επέκταση των υφιστάμενων δικτύων στις αγορές της επαρχίας.

- Διείσδυση ξένων πολυεθνικών επιχειρήσεων (μέσω εξαγορών, συνεργασιών ή και αυτόνομης εισόδου και ανάπτυξης εργασιών), με προοπτική μάλιστα ενίσχυσής της, αφού η Ελληνική αγορά είναι μεν μικρού μεγέθους και δυναμικής, παρέχει όμως μία βάση και ένα συγκριτικό πλεονέκτημα για την είσοδο των επιχειρήσεων του κλάδου στις αναπτυσσόμενες αγορές των γειτονικών βαλκανικών χωρών. Η σημαντικότερη είσοδος νέας επιχείρησης την τελευταία πενταετία πραγματοποιήθηκε τον Ιούνιο του 1999 από την εταιρεία LIDL ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., του γερμανικού ομίλου Lidl & Schwarz, η οποία ειδικεύεται στα σούπερ μάρκετ discount. Σήμερα τα καταστήματα της αλυσίδας αυτής ανέρχονται σε περίπου 116 σε όλη την Ελληνική Επικράτεια, με μέσο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης 30 καταστήματα σε 4 χρόνια.Η κινητικότητα της εν λόγω αγοράς αναμένεται να συνεχισθεί με νέες εισόδους ξένων αλυσίδων, συγχωνεύσεις και εξαγορές. Ήδη τον Ιανουάριο του 2004 εισήλθε στην αγορά αυτή ο γερμανικός όμιλος Tengelmann, του οποίου η αλυσίδα Plus (ιδρύθηκαν δύο εταιρείες στη Θεσσαλονίκη) δραστηριοποιείται στα καταστήματα discount με φιλοσοφία παρεμφερή με αυτή της Lidl, ενώ παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι και άλλος γερμανικός όμιλος, ο όμιλος ALDI, σχεδιάζει την είσοδό του στην Ελλάδα. Πληροφορίες προερχόμενες από δημοσιεύματα στον τύπο και άλλες πηγές, αναφέρουν ως πιθανή είσοδο στην αγορά του αμερικανικού κολοσσού WAL-MART, ο οποίος στην Ευρώπη δεν έχει ακόμη κατορθώσει να επεκτείνει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες πέραν της Μ. Βρετανίας και της Γερμανίας.

- Σταδιακή μείωση του αριθμού των μικρότερων επιχειρήσεων, καθώς πολλές από αυτές συσπειρώνονται δημιουργώντας νέους ομίλους, εξαγοράζονται ή παύουν τις δραστηριότητές τους.

- Μείωση των παραδοσιακών παντοπωλείων, ακόμη και στις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.

- Εφαρμογή στον κλάδο νέων τεχνολογιών με σημαντικά για τη δομή του αποτελέσματα (π.χ. μηχανοργάνωση της διαχείρισης των εμπορευμάτων σε επίπεδο καταστημάτων και αποθηκών, εφαρμογή ειδικού λογισμικού για την τιμολόγηση των εμπορευμάτων, εφαρμογή ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων για τον ανεφοδιασμό προϊόντων, χρήση του συστήματος γραμμικού κώδικα στις ταμειακές μηχανές πώλησης, ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτόματες πωλήσεις, κ.λ.π.), καθώς σχεδιασμό και υιοθέτηση νέων μεθόδων προσέγγισης και εξυπηρέτησης του πελάτη, όπως η παράδοση κατ΄οίκον παραγγελιών που γίνονται μέσω του διαδικτύου, κ.λ.π.

- Σημαντικές επενδύσεις στην οργάνωση των επιχειρήσεων και στην παροχή περισσοτέρων και πιο εξειδικευμένων υπηρεσιών με ανάπτυξη νέων οργανωμένων τμημάτων στα καταστήματα (π.χ. τμήματα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, τμήματα ρουχισμού, εξειδικευμένα τμήματα τροφίμων με μεγαλύτερη ποικιλία και έμφαση στην ποιότητα (delicatessen), τμήματα καφέ και έτοιμου φαγητού, σταθμοί ανεφοδιασμού καυσίμων).

- Δημιουργία υπεραγορών και εμπορικών κέντρων με μεγάλες επιφάνειες πωλήσεων και χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων.

- Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας παρουσιάζουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης καθώς οι τιμές τους είναι χαμηλότερες έναντι ανταγωνιστικών προϊόντων με αποτέλεσμα να προσελκύουν τους καταναλωτές. Άλλοι παράγοντες οι οποίοι ευνοούν την προαναφερθείσα ανάπτυξη είναι: α) η διείσδυση ξένων λιανέμπορων στην Ελλάδα, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αυτές επηρεάζουν θετικά την εξέλιξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας καθώς διαθέτουν πολυετή πείρα στο συγκεκριμένο αντικείμενο, ενώ επεκτείνουν τη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και σε άλλες κατηγορίες όπως ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, φωτογραφικά είδη, κ.λ.π. και β) η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά του Έλληνα, διότι οι καταναλωτές είναι περισσότερο ενημερωμένοι για τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά και κατά συνέπεια έχουν εξοικειωθεί με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Τα εν λόγω είδη προτιμώνται διότι κατά το μεγαλύτερο μέρος θεωρούνται ποιοτικά εφάμιλλα με αντίστοιχα "επώνυμα" προϊόντα και προσφέρονται σε χαμηλότερες τιμές.

Μεταξύ άλλων παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του υπό εξέταση κλάδου, σύμφωνα και με τη μελέτη της ICAP, είναι και οι ακόλουθοι:

- η αύξηση της απασχόλησης και η μείωση του διαθέσιμου χρόνου των εργαζομένων (ανδρών, γυναικών) η οποία έχει ως συνέπεια τη συγκέντρωση των περισσότερων αγορών του νοικοκυριού σε ένα κατάστημα, στο οποίο λειτουργούν οργανωμένα τμήματα πώλησης, όπως κρεοπωλείο, αρτοπωλείο, οπωροπωλείο, τμήμα ετοίμων φαγητών, ένδυσης, ηλεκτρικών συσκευών, καλλυντικών, κ.α.

- η ταχύτητα εξυπηρέτησης σε συνδυασμό με την μεγάλη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων, τους ευχάριστους και καθαρούς χώρους και τις πολύ προσιτές τιμές, αποτελεί άλλο ένα βασικό στοιχείο έλξης του καταναλωτικού κοινού προς τα καταστήματα του κλάδου

- η διαφήμιση επηρεάζει τη ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου.

Τα στοιχεία δε που ισχυροποιούν τη θέση και τη "διαπραγματευτική ικανότητα" των επιχειρήσεων του κλάδου απέναντι στους προμηθευτές τους συνοψίζονται στο ότι υπάρχει, συγκέντρωση μεγάλου όγκου πωλήσεων στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ, δημιουργία ομίλων εταιριών και αγοραστικών ομίλων μικρότερων επιχειρήσεων, επέκταση δικτύων καταστημάτων, καθώς και ισχυροποίηση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Με τα παραπάνω στοιχεία οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ "πιέζουν" τους προμηθευτές τους για την επίτευξη μεγαλύτερων εκπτώσεων, χαμηλότερων τιμών και μεγαλύτερου χρόνου πίστωσης. Οι προμηθευτές πολύ συχνά καταβάλλουν χρηματικά ποσά για την τοποθέτηση ενός νέου προϊόντος στα ράφια των καταστημάτων μιας αλυσίδας. Σε άλλες περιπτώσεις, οι προμηθευτές επιστρέφουν χρηματικά ποσά στις αλυσίδες ως bonus, ανάλογα με τις πωλήσεις που πραγματοποίησαν στα προϊόντα τους.

Συνηθισμένη πρακτική είναι οι εκπτώσεις, οι οποίες εξαρτώνται από τις πωλήσεις της αλυσίδας και την "ισχύ" των εμπορικών σημάτων των προϊόντων. Συνήθως, στα ισχυρότερα (από πλευράς πωλήσεων) προϊόντα παρέχονται χαμηλότερες εκπτώσεις.

Β. Γεωγραφική αγορά

Όσον αφορά τον γεωγραφικό προσδιορισμό της σχετικής αγοράς στην κρινόμενη υπόθεση, όλη η ελληνική επικράτεια μπορεί να θεωρηθεί ενιαία αγορά, δεδομένης της δραστηριοποίησης των μελών του ΣΕΣΜΕ σε αυτή.

ΙΙΙ. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Α. Καθορισμός ενιαίων ποσοστών εκπτώσεων επί τιμολογίου

1. Σύντομο ιστορικό

Την περίοδο 1999-2001 υπήρχε στον ΣΕΣΜΕ και ΣΕΒΤ (Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων) έντονος προβληματισμός για το φαινόμενο των πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους που κατά το έτος 2001 είχε επεκταθεί και ενταθεί με αποτέλεσμα τον κίνδυνο "αφανισμού ορισμένων αλυσίδων ιδιαίτερα μικρομεσαίων από τον αθέμιτο ανταγωνισμό ορισμένων μεγάλων", όπως προκύπτει από σχετική αλληλογραφία (επιστολή του Κ. Βερόπουλου της ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. προς το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ, η από 29.11.1999 επιστολή του ΕΣΒΕΠ προς το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ, η με α.π. 3301/30.11.1999 επιστολή του Προέδρου του ΣΕΣΜΕ Παντελή Παντελιάδη προς το Δ.Σ. του ΕΣΒΕΠ, η με α.π. από 3544/23.11.2000 επιστολή του ΣΕΣΜΕ προς τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Επεξεργασίας Κρέατος, η από 19.12.2000 επιστολή της προμηθεύτριας εταιρείας Παναγιώτης Γ. Νίκας προς τον ΣΕΣΜΕ, η από 13.3.2001 επιστολή του Δ.Σ. του ΕΣΒΕΠ προς τις εταιρείες μέλη του ΣΕΣΜΕ με κοινοποίηση στην τότε πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης, η με α.π. 3648/23.3.2001 επιστολή ΣΕΣΜΕ προς την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης με κοινοποίηση στον ΣΕΒΤ). Το γεγονός αυτό οδήγησε τον ΣΕΣΜΕ να επιζητεί επιτακτικά από την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης την θέσπιση σχετικής απαγορευτικής διάταξης.

Στις 18.4.2001 και ο ΣΕΒΤ σε επιστολή του δηλώνει ότι υποστηρίζει τη νομοθετική κατοχύρωση της απαγόρευσης των πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους και βρίσκεται στη διάθεση του ΣΕΣΜΕ προκειμένου να ξεκινήσουν συζητήσεις μεταξύ Επιτροπών των δύο Συνδέσμων με στόχο, όπως αναφέρει "...την κατανομή των παροχών επί και εκτός τιμολογίου, όπως ισχύει στις Δυτικοευρωπαϊκές χώρες, και την προετοιμασία σχεδίου - πρότασης προς το Κράτος για τη νομοθετική ρύθμιση που θα προτείνουμε να προωθήσει".

Στη συνέχεια, εξουσιοδοτημένες επιτροπές των ΣΕΒΤ και ΣΕΣΜΕ συναντήθηκαν στο πλαίσιο της συζήτησης του σχεδίου νόμου για την απαγόρευση των πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους και με την από 8.6.2001 επιστολή του (χωρίς αριθ. πρωτ., υπογεγραμμένη από τον Βασίλη Ζαφείρη (ΣΕΒΤ) προς την ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΕΒΕ ΤΡΟΦΙΜΩΝ και κοινοποίηση στην εταιρεία ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.), ο ΣΕΒΤ ενημερώνει μέλος του σχετικά με τις θέσεις του που έγιναν δεκτές από τον ΣΕΣΜΕ για τις εκπτώσεις και παροχές επί τιμολογίου που θα αφαιρούνται από το τιμολογιακό κόστος. Συγκεκριμένα αναφέρει: "Να γίνεται επί τιμολογίου και να αφαιρείται από το τιμολογιακό κόστος: 1) Η έκπτωση λόγω πληρωμών. 2) Μεγάλων ποσοτήτων από αποθήκη σε αποθήκη. 3) Νέων καταστημάτων. 4) Προσφορών προς τον πελάτη. 5) Να μεταφερθεί σε κάποιες κατηγορίες προϊόντων, που έχουν μεγάλη παροχή εκτός τιμολογίου κατόπιν συμφωνίας, κάποια παροχή επί τιμολογίου (δεν κατοχυρώθηκε). 6) Ανταποδοτικές παροχές (προβολές, logistics) να μην αναγράφονται στο τιμολόγιο και να μην υπολογίζονται στο τιμολογιακό κόστος. 7) Την υποχρέωση για απαγόρευση των τιμών κάτω του κόστους να την έχει η εταιρεία που βαρύνεται με την κατηγορία. Και ότι ο προμηθευτής δεν θα εμπλακεί στην διαδικασία ούτε θα πρέπει να διώκεται. 8) Δέσμευση ότι θα ενημερωθούν τα Μέλη για τα συμφωνηθέντα, ώστε να μην υπάρχουν εκ νέου διαπραγματεύσεις για όλα ή αθετήσεις. Δεν έγινε δεκτό να υπάρχει για όλες τις κατηγορίες προϊόντων μεταφορά 2 - 4% από τα εκτός τιμολογίου επί τιμολογίου"). Επίσης, ενημερώνει το μέλος του, ότι ελέχθη πως ο ΣΕΣΜΕ μετά την κατάθεση του σχεδίου νόμου μαζί με επιτροπή του ΣΕΒΤ θα ορίσουν τις κατηγορίες προϊόντων, στις οποίες θα μεταφερθεί κάποια παροχή εκτός τιμολογίου επί τιμολογίου.

2. Νομοθετική ρύθμιση απαγόρευσης πωλήσεων κάτω του κόστους - "Συμφωνία - Ανάληψη Δεσμεύσεων".

Στις 23.8.2001 (Ν. 2941/2001 ΦΕΚ 201 Α΄ 12.9.2001) ψηφίστηκε νομοθετική διάταξη περί απαγόρευσης των πωλήσεων κάτω του κόστους.

Μετά την ψήφιση της εν λόγω νομοθετικής διάταξης υπεγράφη στις 10.9.2001 "ΣΥΜΦΩΝΙΑ - ΑΝΑΛΗΨΗ ΔΕΣΜΕΥΣΕΩΝ" μεταξύ των εκπροσώπων των ΣΕΣΜΕ και ΣΕΒΤ και του Υπουργού Ανάπτυξης, προκειμένου, όπως αναφέρεται σε αυτήν, "να αποτραπεί οποιαδήποτε ενδεχόμενη άμεση αύξηση των τιμών διάθεσης των προϊόντων από την εισαγωγή της νέας ρύθμισης". Οι συνυπογράφοντες αυτήν τη συμφωνία εκρόσωποι των Επαγγελματικών Οργανώσεων, δηλώνουν ότι συμφωνούν και αποδέχονται τα παρακάτω:

1. Δεσμεύονται να μην επιτρέψουν, με αφορμή τη νέα διάταξη, να αυξηθούν βραχυπρόθεσμα οι τιμές λιανικής πώλησης των εμπορευμάτων και να καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε να εξασφαλιστεί σταθερότητα τιμών.

2. Δεσμεύονται επίσης μέχρι την έναρξη της ισχύος της νέας ρύθμισης, που ορίζεται η 1.1.2002, να προσαρμόσουν την εκπτωτική και τιμολογιακή τους πολιτική στις διατάξεις της νέας ρύθμισης.

3. Να μεταφέρουν στο τιμολόγιο ή σε αντίστοιχη μείωση της τιμής του τιμοκαταλόγου των προμηθευτών το ποσοστό των υπερβολικών παροχών και εκπτώσεων το οποίο μεταφέρονταν ήδη στη τιμή λιανικής πώλησης προς όφελος του καταναλωτή, αποτρέποντας έτσι οποιαδήποτε αύξηση τιμών συγκριτικά με το προηγούμενο καθεστώς.

4. Όλοι οι συνυπογράφοντες την παρούσα συμφωνία αναλαμβάνουν την υποχρέωση να συνεργαστούν με το Υπουργείο Ανάπτυξης / Γεν. Γραμματεία Εμπορίου, ώστε να παρακολουθείται η εξέλιξη των τιμών και να καταγράφονται επίσημα στατιστικά στοιχεία.

Επισημαίνεται ότι ο συνυπογράψας την ανωτέρω Συμφωνία Υπουργός, ερωτηθείς από την Γραμματεία σχετικά με το πνεύμα αυτής κατέθεσε ότι σκοπός της ήταν να περάσουν εκπτώσεις στο τιμολόγιο, ώστε να αποσαφηνιστεί το πραγματικό κόστος αγοράς εκάστου προϊόντος από εκάστη επιχείρηση, προκειμένου να επιτύχει αργότερα η Πολιτεία να διεξάγει τους απαραίτητους ελέγχους για την διαπίστωση θεμιτής ή αθέμιτης κερδοφορίας, η δε παράγραφος 3 αφορούσε στα ήδη πωλούμενα κάτω του κόστους προϊόντα και πρόσθεσε πως ούτε το γράμμα, αλλά ούτε και το πνεύμα είτε του Νόμου είτε της Συμφωνίας μπορούσαν να επιτρέψουν την αποδοχή ενιαίων εκπτώσεων που θα οδηγούσε στην αυθαίρετη επιβολή ελαχίστου επιπέδου τιμής λιανικής πώλησης για κάθε προϊόν, μεγαλύτερο από το πραγματικό κόστος για τον λιανέμπορο.

3. Καθορισμός από το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ ποσοστού μεταφοράς παροχών εκτός τιμολογίου επί τιμολογίου - Εκπόνηση σχετικού καταλόγου και διαδοχική αναπροσαρμογή του.

Μετά την υιοθέτηση του νόμου περί πωλήσεων κάτω του κόστους και παρά τα παραπάνω αναφερόμενα, το Δ.Σ του ΣΕΣΜΕ συνέστησε μονομερώς επιτροπή, μέλη της οποίας σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλλου της υπόθεσης ήταν οι Αριστοτέλης Παντελιάδης (της αλυσίδας ΜΕΤΡΟ), Μανώλης Αποστόλου (της ΑΤΛΑΝΤΙΚ) Αντιπρόεδρος Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ, Ν. Βερόπουλος (της ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ) Γεν. Γραμματέας του Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ και Γρηγόρης Παπαδόπουλος (της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ), η οποία προέβη στον καθορισμό καταλόγου μεταφοράς ποσοστού παροχών εκτός τιμολογίου, επί τιμολογίου.

Συγκεκριμένα, στο Πρακτικό της Τακτικής Συνεδρίασης του Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ της 3.10.2001 αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι: "ο Πρόεδρος εκθέτει στο Δ.Σ. τα αποτελέσματα εργασίας επιτροπής μελών του Δ.Σ. στην οποία ανέθεσε να μελετήσει το ποσοστό παροχής που θα μεταφερθεί στο τιμολόγιο κατά περίπτωση και για κάθε προμηθευτή ξεχωριστά. Διεξάγεται συζήτηση και τελικά συμφωνείται ο κατάλογος. Αποφασίζεται να σταλεί σε όλα τα μέλη όπως και στον ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΕΠΩΝΥΜΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (εφεξής ΕΣΒΕΠ) και στον ΣΕΒΤ. Εν συνεχεία, ομόφωνα αποφασίζεται ότι θα καταβληθεί προσπάθεια ώστε η εφαρμογή του νόμου να μην επιφέρει κραδασμούς στην αγορά και αυξήσεις τιμών και να επιμείνουμε στην ενιαία μεταχείριση ως προς την έκπτωση τιμολογίου σε όλα τα σούπερ μάρκετ και να μη δεχτούμε διακρίσεις".

Ενόψει της παραπάνω απόφασης του Δ.Σ., ο ΣΕΣΜΕ στις 8.10.2001 απέστειλε στον ΣΕΒΤ και στον ΕΣΒΕΠ για ενημέρωσή τους με επιστολή (με α.π. 3736, υπογεγραμμένη από τον Πρόεδρο του Δ.Σ. Π. Παντελιάδη, τον Αντιπρόεδρο Μ. Αποστόλου και τον Γενικό Γραμματέα Ν. Βερόπουλο), συνημμένο Πίνακα με τα ποσοστά των παροχών που αποφάσισε ότι θα μεταφερθούν στο τιμολόγιο. Ο εν λόγω Πίνακας περιλαμβάνει ονόματα Προμηθευτριών Εταιρειών και αντίστοιχα ποσοστά με την αναφορά "ποσοστά μείωσης". Σε ορισμένες προμηθεύτριες εταιρείες που διαθέτουν διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων αναφέρονται τα ποσοστά μείωσης για κάθε κατηγορία προϊόντων τους ξεχωριστά. Σημειώνεται ότι για την πλειοψηφία των Προμηθευτριών Εταιρειών τα ποσοστά μείωσης ήταν μηδενικά. Συγκεκριμένα αναφέρει:

"... μετά από προσεκτική μελέτη καταρτίσαμε το συνημμένο πίνακα τον οποίο προς ενημέρωση σας, σας στέλνουμε...Επιθυμία μας είναι η εφαρμογή ενιαίας πολιτικής για όλες τις αλυσίδες, ως προς την έκπτωση επί τιμολογίου ανεξαρτήτως μεγέθους.

Εφόσον χρειαστεί, θα ακολουθήσει και δεύτερος κατάλογος συμπληρωματικός......".

Την ίδια ημέρα ο ΣΕΣΜΕ αποστέλλει και προς όλα τα μέλη του συνημμένο σε σχετική επιστολή (με α.π. 3739/8.10.2001) τον προαναφερθέντα Πίνακα, στην οποία συγκεκριμένα, μεταξύ άλλων, αναφέρει:

"Το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ μελέτησε προσεκτικά τις περιπτώσεις των προμηθευτών που υπάρχουν περιθώρια μεταφοράς μέρους των παροχών τους στο τιμολόγιο. Σας στέλνουμε τον σχετικό κατάλογο με τα προτεινόμενα ποσοστά με την παράκληση να τον εφαρμόσετε.

Επιμένουμε στην ενιαία εφαρμογή για όλους και δεν πρέπει να δεχτούμε διαφοροποιήσεις από αλυσίδα σε αλυσίδα γιατί αυτό θα οδηγήσει σε δυσμενή μεταχείριση ορισμένων και ιδιαίτερα των μικρότερων.....".

Κατόπιν, στις 10.12.2001 ο ΣΕΣΜΕ αποστέλει στον ΣΕΒΤ και ΕΣΒΕΠ με σχετική επιστολή (με α.π. 3791), συνημμένο νέο Κατάλογο με τα ποσοστά παροχών που θα μεταφερθούν στο τιμολόγιο, σε συνέχεια αυτού της από 8.10.2001, με την επισήμανση ότι "οι ελάχιστες αλλαγές έγιναν μετά από αιτήματα προμηθευτών μας τα οποία στο σύνολό τους σχεδόν ικανοποιήθηκαν".

Τέλος, στις 24.12.2001 ο ΣΕΣΜΕ αποστέλλει προς όλα τα μέλη του με σχετική επιστολή, αναθεωρημένο τον Κατάλογο (μαζί με τον αρχικό της από 8.10.2001) των ποσοστών παροχών που θα μεταφερθούν στο τιμολόγιο, ύστερα από κάποιες αντιπροτάσεις από την πλευρά των προμηθευτών, που προέκυψαν κατά τη διαδικασία της τελικής επιβεβαίωσης του ποσοστού μεταφοράς εκπτώσεων στο τιμολόγιο, τις οποίες στην πλειοψηφία τους αποδέχθηκε, με την ακόλουθη, μεταξύ άλλων, επισήμανση "όλες οι άλλες εταιρείες έχουν συμφωνήσει και επιβεβαιώσει τη μεταφορά του ποσοστού που αναφέρεται στη λίστα ...... παράκληση του Δ.Σ. να επιμείνετε όλοι στην πιστή εφαρμογή των συμφωνηθέντων. Κανείς δεν πρέπει να δεχθεί τιμολόγια χωρίς την προβλεπόμενη έκπτωση".

4. Αντιδράσεις και αντιπροτάσεις προμηθευτών αναφορικά με τον κατάλογο ποσοστού μεταφοράς παροχών εκτός, επί τιμολογίου.

Μετά την κατάρτιση του από 8.10.2001 σχετικού Καταλόγου από το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ που κοινοποιήθηκε στα μέλη του καθώς επίσης στον ΣΕΒΤ και ΕΣΒΕΠ ακολούθησαν τα εξής :

4.1. Ο ΣΕΣΜΕ απέστειλε και κατ΄ ιδίαν σε αρκετές προμηθεύτριες εταιρείες (ενδεικτικά ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΧΑΡΤΟΠΟΙΪΑ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ Γ. ΑΒΕΕ, SARA LEE H AND BC - HELLAS Α.Ε., ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., 3M HELLAS LIMITED, ΝΤΙΠΑΝ ΑΕΒΕ, ΧΩΝΑΙΟΣ Α. Α.Β.Ε.Ε., MULTY FOAM ABEE, KATOL HELLAS ΕΠΕ, ENERGIZER ΕΛΛΑΣ Α.Ε., UNILEVER HELLAS AEBE, KOPE AE., ΚΟΝΤΙΝΕΝΤΑΛ Α.Ε.) επιστολές

(στις 26.11.2001, 17.12.2001, 18.12.2001 και 19.12.2001), στις οποίες συνιστά να μεταφέρουν από 1.1.2002 το συγκεκριμένο για κάθε μία ποσοστό, που είχε αποφασίσει, από την ετήσια συμφωνία όλων των πελατών τους - μελών του ΣΕΣΜΕ επί τιμολογίου.

4.2. Μικρός αριθμός προμηθευτών αλλά και ο ΕΣΒΕΠ όπως προκύπτει από σχετικές επιστολές που ήλθαν σε γνώση της Γραμματείας, προβληματίζονταν για την δεσμευτικότητα του Καταλόγου στα μέλη του ΣΕΣΜΕ, ή αποδέχονταν το συγκεκριμένο για αυτούς ποσοστό με την προϋπόθεση ότι δεν θα προστεθεί αυτό επιπλέον στις συνολικές παροχές τους, αλλά θα αφαιρεθεί από αυτές, ή αρνούντο τη μεταφορά παραμένοντας στην τιμή τιμοκαταλόγου, χωρίς καμία έκπτωση επί τιμολογίου.

Ειδικότερα, και σε σχέση με τα παραπάνω, συνοπτικά αναφέρονται τα εξής :

Ο ΕΣΒΕΠ απέστειλε στις 13.11.2001 προς τον ΣΕΣΜΕ επιστολή στην οποία αναφέρει ότι:

"... ο Σύνδεσμός μας ήταν και είναι ένθερμος υποστηρικτής του νόμου σχετικά με την απαγόρευση των πωλήσεων κάτω του κόστους.

Η λίστα όμως που εκδόθηκε από τον ΣΕΣΜΕ σχετικά με τις εκπτώσεις που θα περαστούν στο τιμολόγιο, ως συνέχεια του μνημονίου που υπογράφηκε μεταξύ του Υπουργείου Ανάπτυξης, του ΣΕΣΜΕ και του ΣΕΒΤ, δεν βρίσκει σύμφωνες τις περισσότερες εταιρείες μέλη του ΕΣΒΕΠ.

Όπως συζητήσαμε και κατά την πρόσφατη συνάντησή μας, η λίστα αυτή διαταράσσει τις ισορροπίες που υπάρχουν σήμερα στην αγορά όσον αφορά τη διαμόρφωση της τελικής τιμής των προϊόντων στον καταναλωτή. Επιπροσθέτως, πάρα πολλά μέλη μας δεν αντιλαμβάνονται με ποιο σκεπτικό κατέληξε ο ΣΕΣΜΕ στο συγκεκριμένο ποσοστό για κάθε εταιρεία.

Η απόφαση λοιπόν της Έκτακτης Γενικής μας Συνέλευσης της 7.11.2001 είναι πως η κάθε εταιρεία - μέλος του ΕΣΒΕΠ θα επικοινωνήσει και θα εκφράσει τις προτάσεις της όσον αφορά το ποσοστό των εκπτώσεων που θα προτείνει να περαστούν στο τιμολόγιο, στα τέσσερα μέλη που ο ΣΕΣΜΕ έχει εξουσιοδοτήσει (Μανώλη Αποστόλου, Νίκο Βερόπουλο, Αριστοτέλη Παντελιάδη και Γρηγόρη Παπαδόπουλο).....".

4.3. Με την από 10.12.2001 επιστολή της η εταιρεία ΚΟΡΩΝΑ ΑΕΒΕ προς το Προεδρείο του ΣΕΣΜΕ περί της απόδοσης μέρους των παροχών στο τιμολόγιο, όπου το αναγραφόμενο για αυτήν ποσοστό έκπτωσης επί τιμολογίου είναι 10%, ζητά να ενημερωθεί, μεταξύ άλλων, για τα εξής:

"..... 2ον Εάν η έκπτωση 10% θα γίνεται μόνο στα μέλη του ΣΕΣΜΕ ...

3ον Δύναται να αρνηθεί μέλος του ΣΕΣΜΕ την απόδοση 10% από το σύνολο των παροχών του;

4ον Δύναται να διεκδικήσει μέλος του ΣΕΣΜΕ μέρος ή ολόκληρο του αποδοθέντος ποσοστού επί τιμολογίου, πρόσθετα στις υπάρχουσες παροχές του;".

Απάντηση δόθηκε από τον Ν. Βερόπουλο για την ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε. με σχετική του επιστολή στις 17.12.2001, στην οποία εκθέτοντας την άποψή του, μεταξύ άλλων, αναφέρει τα εξής:

"...2. Η έκπτωση να γίνεται στα μέλη του ΣΕΣΜΕ...

3. Δεν μπορεί κάποιο μέλος να αρνηθεί την έκπτωση. ………………

4. Η στρατηγική επιλογή της κάθε εταιρείας για το πώς σχεδιάζει να διαμορφώσει το πλαίσιο συνεργασίας για το 2002, με την εταιρεία σας, είναι καθαρά ιδιωτική της υπόθεση και έχει σαν βάση την γενικότερη πραγματική κερδοφορία των προϊόντων, παρά την έκπτωση επί τιμολογίου".

4.4. Στις 13.12.2001, ο Α. Φιλίππου Δ/νων Σύμβουλος της εταιρείας HELLENIC QUALITY FOODS A.E.T. (των σημάτων Προϊόντα Ζύμης ΚΑΝΑΚΙ και ΜΙΜΙΚΟΣ) στέλνει προς τον Πρόεδρο του ΣΕΣΜΕ επιστολή, αναφορικά με την πρόταση του ΣΕΣΜΕ για μεταφορά ποσοστού 3% από τις αποδιδόμενες παροχές στα προϊόντα ΚΑΝΑΚΙ ως έκπτωση επί τιμολογίου (το παρόν ποσοστό προτάθηκε για τα εν λόγω προϊόντα στον από 8.10.2001, καθώς και στον αναθεωρημένο της από 10.12.2001, Κατάλογο μεταφοράς ποσοστού παροχών επί τιμολογίου του ΣΕΣΜΕ. Για τα προϊόντα ΜΙΜΙΚΟΣ το αναγραφόμενο ποσοστό ήταν και στους δύο Καταλόγους μηδενικό), στην οποία, μεταξύ άλλων, αναφέρει τα εξής: "... δεν μπορούμε να αποδεχτούμε την πρόταση του ΣΕΣΜΕ για μεταφορά ποσοστού 3% από τις αποδιδόμενες παροχές στα προϊόντα ΚΑΝΑΚΙ, σε έκπτωση επί τιμολογίου, για τους εξής λόγους:

1. Το πνεύμα της απόφασης για μεταφορά μέρους των παροχών σε παροχές επί τιμολογίου, όπως αυτό διατυπώθηκε και στο μνημόνιο που υπεγράφη με το Υπουργείο, είναι να μεταφερθεί εκείνο το μέρος των παροχών το οποίο ήδη απεδίδετο στον καταναλωτή από τα μέλη σας, μέσω πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους. Στα προϊόντα ΚΑΝΑΚΙ δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο. ...... Κατά συνέπεια η αυστηρή εφαρμογή της κατώτατης τιμής πώλησης δεν διαφοροποιεί προς τα πάνω τις τιμές μας, ενώ η μεταφορά του 3% στις εκπτώσεις επί τιμολογίου θα οδηγήσει σε καθαρή μείωση της τελικής τιμής πώλησης....."

Σημειώνεται ότι ο ΣΕΣΜΕ αποδέχθηκε την αντιπρόταση της εταιρείας.

4.5. Στην από 17.12.2001 επιστολή της η Δ/νση Πωλήσεων Παγωτού της εταιρείας ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε. προς τον Πρόεδρο του ΣΕΣΜΕ Π. Παντελιάδη αναφέρει τα εξής:

"...για το έτος 2002 θα αποδοθεί ποσοστό 10% από τη συνολική ετήσια συμφωνία που πραγματοποιείται με κάθε Όμιλο / Ασπίδα SMs επί τιμολογίου. Δεσμευτική προϋπόθεση των παραπάνω αποτελεί απαντητική επιστολή σας στην οποία θα αναφέρεται ότι το ποσοστό αυτό (10%) θα αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ετήσιας συμφωνίας και δεν θα απαιτηθεί εκ νέου από μέρου σας".

4.6. Στις 30.5.2002, ο ΣΕΣΜΕ με απαντητική επιστολή του (υπ' αριθ. πρωτ. 212) στο αίτημα της εταιρείας DENISTONE A.E. για αύξηση, από 5% σε 15%, του ποσοστού μεταφοράς παροχών της επί τιμολογίου, συμφωνεί με το αίτημα της εταιρείας, υπό την προϋπόθεση ότι αυτό το ποσοστό θα τηρείται ενιαίο για όλους τους πελάτες της εν λόγω εταιρείας, ανεξάρτητα από την συμφωνία που έχει με τον καθένα, "έτσι ώστε ενιαίο να διαμορφώνεται το τιμολογιακό κόστος".

4.7. Με την από 28.6.2002 επιστολή της προς τον ΣΕΣΜΕ η εταιρεία ΑΦΟΙ Κ.ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.Β.Ε. (3 άλφα) αιτείται να αυξηθεί το ποσοστό μεταφοράς των παροχών της επί τιμολογίου και στην από 8.7.2002 απαντητική του επιστολή ο ΣΕΣΜΕ αναφέρει τα εξής:

"Το Διοικητικό Συμβούλιο του ΣΕΣΜΕ συζήτησε το αίτημά σας....

Κατ΄εξαίρεση και παρά την πρόθεσή του να μην ασχολείται με "ειδικές" περιπτώσεις από τη στιγμή που διαμορφώθηκε και υιοθετήθηκε από όλους ο συνολικός κατάλογος των επί τιμολογίου εκπτώσεων, το Δ.Σ. αποφάσισε να αποδεχθεί την πρότασή σας.

Συνιστούμε, - όπως και σε όλους τους προμηθευτές, την ενιαία τήρησή του παραπάνω ποσοστού για όλους τους πελάτες σας".

Τέλος σημειώνεται ότι στο πρακτικό της τακτικής συνεδρίασης του Δ.Σ του ΣΕΣΜΕ της 16.1.2002 στο θέμα της συμφωνίας με τους προμηθευτές για μεταφορά ποσοστού των παροχών υπό μορφή έκπτωσης στο τιμολόγιο, μεταξύ άλλων αναφέρεται ότι :

"...Το τελικό συμέρασμα είναι ότι όλοι δείχνουν την διάθεση να αποδεχθούν αυτό το ποσοστό και το μήνυμα αυτό πρέπει να φθάσει και στους προμηθευτές. Από ποιο μέρος των παροχών θα αφαιρείται και θα μεταφέρεται αυτό το ποσοστό είναι θέμα του κάθε μέλους του ΣΕΣΜΕ να διαπραγματευθεί με τον κάθε προμηθευτή του."

5. Ανατιμήσεις μετά τη θέση σε ισχύ της νομοθετικής ρύθμισης.

Παρά τις δεσμεύσεις των δύο πλευρών (αλυσίδων λαινεμπορίου και προμηθευτών) για την αποφυγή ανατιμήσεων ενόψει της μετάβασης στο Ευρώ και της νομοθετικής απαγόρευσης των πωλήσεων κάτω του κόστους διαφαίνεται πως έγιναν ανατιμήσεις σε κάποια προϊόντα.

Στις 22.2.2002 ο ΣΕΒΤ απέστειλε επιστολή στον Παντελιάδη, η οποία αναφέρεται στις επιπτώσεις που προκύπτουν μετά την υπογραφή της συμφωνίας - ανάληψης δέσμευσης από το Προεδρείο του ΣΕΣΜΕ, του ΣΕΒΤ και τον τότε Υπουργό Ανάπτυξης. Ειδικότερα, αναφέρεται ότι :

"......στο 66% των 180 εταιριών που περιλαμβάνονται στον κατάλογο η "επιτρεπόμενη" από τον ΣΕΣΜΕ αναγραφή έκπτωσης είναι......μηδενική. Στο 8% επιτρέπεται η αναγραφή έκπτωσης 3%. Στο 18% επιτρέπεται η αναγραφή έκπτωσης 5%, στο 7% επιτρέπεται η αναγραφή έκπτωσης 10%, στο υπόλοιπο 1% επιτρέπεται η αναγραφή έκπτωσης είτε 2% είτε 7%.

Στη βάση αυτή, υποστηρίζουμε πως ουσιαστικά και τυπικά καταστρατηγείται το πνεύμα της κοινής μας παράστασης προς το Υπουργείο Ανάπτυξης που οδήγησε στη διάταξη για απαγόρευση της πώλησης κάτω του κόστους. Διότι, όπως γνωρίζουμε όλοι και όπως αποδεικνύεται από το συνολικό άθροισμα των πιστωτικών σημειωμάτων που εκδίδονται στο τέλος του χρόνου, η πραγματική έκπτωση που παρέχει η βιομηχανία στο εμπόριο είναι της τάξης του 15% το ελάχιστο και φτάνει σε πολλούς κλάδους το 50%,........

Σύμφωνα με έρευνα που κάναμε στα μέλη μας κατά την περίοδο Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2001, το λιανεμπόριο - για να μην πωλεί "κάτω από το κόστος" - προχώρησε σε αυξήσεις που κυμαίνονται από 2% έως 13% σε σειρά από προϊόντα χωρίς να έχει προηγηθεί καμία αύξηση της τιμής του προμηθευτή. Σας αποστέλλουμε ενδεικτικό κατάλογο με περιπτώσεις αυτής της μορφής.............".

Στις 29.3.2002 ο ΣΕΣΜΕ απάντησε στην ανωτέρω επιστολή, εκφράζοντας τη δυσαρέσκειά του και αναφέροντας τα κάτωθι :

"...παραθέτετε λίστα προϊόντων στα οποία πράγματι αυξήσαμε τις τιμές για να είμαστε σύννομοι μια και πριν από την 31.12.01 τα πουλούσαμε κάτω του κόστους. Θα θέλατε άραγε να συνεχίσουμε παρανομούντες και χάνοντας προς όφελος υψηλών πωλήσεων κάποιων προϊόντων;...

Για τις δικές μας αυξήσεις αναλαμβάνουμε την ευθύνη και δεν παραιτούμεθα του δικαιώματός μας να καθορίζουμε την τιμολογιακή μας πολιτική. Δεν είμαστε όμως διατεθειμένοι να αναλάβουμε την ευθύνη για τις δικές σας αυξήσεις ...

Όσο για την περίφημη λίστα των εκπτώσεων που μας κατηγορείτε θα σας έλεγα να συμφωνήσετε πρώτα τι ακριβώς θέλετε: να μεταφερθούν μεγαλύτερες, μικρότερες ή καθόλου εκπτώσεις στο τιμολόγιο; Γνωρίζετε βέβαια ότι έχουμε διάφορα αιτήματα από πολλούς προμηθευτές διαφορετικών τελείως κατευθύνσεων".

Β. Συντονισμός επιχειρηματικής δράσης

1. Στοιχεία από το Ξενοδοχείο "SOFITEL ATHENS AIRPORT", αναφορικά με τις συναντήσεις αλυσίδων λιανεμπορίου με προμηθεύτριες εταιρείες.

Από επιτόπιο έλεγχο που διενήργησε η Γραμματεία στο Ξενοδοχείο SOFITEL ATHENS AIRPORT διαπιστώθηκε ότι πραγματοποιήθηκαν δύο εκδηλώσεις. Συγκεκριμένα:

1.1 Από τις Ημερήσιες Καταστάσεις Κρατήσεων Εκδηλώσεων του Τμήματος Δεξιώσεων/ Εκδηλώσεων του ξενοδοχείου (Daily Booking of Sales & Banquet Dpt) με ημερομηνία 1.1.2004 έως και 9.6.2004 προέκυψε ότι: α) την 26.2.2004 είχε γίνει κράτηση της αίθουσας Vega από τις 16:00 - 19:00 για την πραγματοποίηση εκδήλωσης της ΑΤΛΑΝΤΙΚ SUPER MARKETS και β) την 23.4.2004 είχε γίνει κράτηση της αίθουσας CALLISTO I από τις 9:00 - 18:00 για την πραγματοποίηση εκδήλωσης του Παντελιάδη για την εταιρεία ΜΕΤΡΟ SUPER MARKETS.

Ειδικά για την δεύτερη εκδήλωση μετά το όνομα της εταιρείας υπήρχε η ακόλουθη επισήμανση: "το όνομα της εταιρείας δεν πρέπει να αναφερθεί οπουδήποτε στο ξενοδοχείο!!!" ("ATTENTION: METRO COMPANY SHOULD NOT BE MENTIONED ANYWHERE IN THE HOTEL!!!"), δίνοντας έμφαση με τρία θαυμαστικά στο τέλος, προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι όποιες πιθανότητες να διαφύγει της προσοχής κάποιου και από λάθος να γίνει η οποιαδήποτε ανακοίνωση, γεγονός το οποίο υποδηλώνει την ιδιαίτερη σημασία που απεδίδετο από την εταιρεία σε αυτό. (Σημειώνεται ότι φυλλομετρώντας τις Ημερήσιες Καταστάσεις φαίνεται ότι δεν συνηθίζεται να υπάρχουν αντίστοιχες επισημάνσεις σε άλλες εκδηλώσεις του ξενοδοχείου).

1.2. Από το Αρχείο του Τμήματος Δεξιώσεων/Εκδηλώσεων σχετικά με τους Λογαριασμούς/Φακέλους των διαφόρων εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο (στους οποίους περιλαμβάνονται, η αλληλογραφία μεταξύ πελάτη και ξενοδοχείου, δελτίο παραγγελίας, οικονομικά στοιχεία, παραστατικά κλπ.) για τις δύο προαναφερόμενες εκδηλώσεις προκύπτουν τα ακόλουθα:

Πρώτη Εκδήλωση 26.2.2004 ATLANTIC SUPER MARKETS

Αναφέρεται ως Επαγγελματική Συνάντηση του Μανώλη Αποστόλου (Πρόεδρος Δ.Σ. της εταιρείας)

Οργάνωση για 34 άτομα, όπου ζητήθηκε η διάταξη της αίθουσας να υποστηρίξει 28 άτομα ως ακροατήριο και 6 άτομα σε πάνελ ομιλητών

Ύπαρξη ειδικής επισήμανσης, στην από 11.2.2004 απαντητική επιβεβαιωτική επιστολή της εταιρείας προς το ξενοδοχείο: "ΕΠΙΘΥΜΟΥΜΕ ΝΑ ΜΗΝ ΥΠΑΡΞΕΙ ΓΡΑΠΤΗ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΣΕ ΠΙΝΑΚΑ ΓΙΑ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ".

Δεύτερη Εκδήλωση 23.4.2004 (Αριστοτέλης) ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗΣ (Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας) - METRO SUPER MARKETS.

Αναφέρεται ως Επαγγελματική Συνάντηση.

Οργάνωση για τρεις (3) συναντήσεις των 20 ατόμων με διάταξη αίθουσας "Π" (παραλληλόγραμμο κλειστό τραπέζι σύσκεψης).

Ύπαρξη ειδικής επισήμανσης και στο από 15.4.2004 Δελτίο Παραγγελίας της Εκδήλωσης του ξενοδοχείου "METRO COMPANY SHOULD NOT BE MENTIONED" (Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΕΤΡΟ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΦΕΡΘΕΊ), εκτός της αντίστοιχης στην από 23.4.2004 Ημερήσια Κατάσταση Εκδηλώσεων

Δόθηκε από την εταιρεία προς το ξενοδοχείο η ακόλουθη λίστα ονομάτων για parking:

- Ν. Βερόπουλος
- Α. Παντελιάδης
- Γ. Παπαδόπουλος
- Σ. Σκλαβενίτης
- Μ. Αποστόλου
- Κ. Μαχαίρας

2. Στοιχεία από την ευρεθείσα στα γραφεία των ΣΕΣΜΕ και ΣΕΒΤ αλληλογραφία, αναφορικά με τις προαναφερόμενες συναντήσεις.

Κατά τον επιτόπιο έλεγχο της Γραμματείας της Επιτροπής στα γραφεία των ΣΕΣΜΕ και ΣΕΒΤ, βρέθηκε η ακόλουθη αλληλογραφία:

2.1. Με τις από 20.2.2004 όμοιες επιστολές τους οι Πρόεδροι των Δ.Σ. των ΣΕΒΤ και του ΕΣΒΕΠ, Δημήτρης Δασκαλόπουλος και Ιωάννης Τισίζης προς τον Πρόεδρο του Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ Παντελή Παντελιάδη, αναφέρουν την επιθυμία των Μελών τους, όπως οι συναντήσεις και οι συζητήσεις πραγματοποιηθούν σε επίπεδο Συνδέσμων. Ειδικότερα αναφέρουν:

"Πολλά από τα μέλη μας έχουν δεχθεί την πρόσκλησή σας σε συνάντηση την επόμενη εβδομάδα.

Επειδή όλοι συμμερίζονται την εκτίμησή σας ότι υπάρχουν σημαντικά θέματα να συζητηθούν που αφορούν στην μελλοντική εξέλιξη της αγοράς κι επειδή, σε επίπεδο συνδέσμων έχουμε δημιουργήσει τα κανάλια διαλόγου για τέτοια θέματα, τα μέλη του Συνδέσμου μας ζήτησαν να τους εκπροσωπήσουμε...."

2.2. Με την από 20.2.2004/46 απαντητική επιστολή του Π. Παντελιάδη προς τον Πρόεδρο του ΣΕΒΤ Δ. Δασκαλόπουλο, του διευκρινίζει ότι η συνάντηση στην οποία αναφέρεται δεν είναι πρωτοβουλία του ΣΕΣΜΕ του γνωρίζει ότι εκείνος προσωπικά δεν θα παραβρεθεί ενώ ειδικότερα αναφέρει:

"... γνωρίζω ότι: ομάδα μεγάλων ελληνικών αλυσίδων κάλεσε επιλεκτικά μεγάλους προμηθευτές για να συζητήσουν ορισμένα θέματα που απασχολούν και τις δύο πλευρές. Ξέρω ότι η συνάντηση θα γίνει σε υψηλό επίπεδο εκπροσώπων. Φοβούμαι ότι αν κάποιος δεν έχει κληθεί σαν εκπρόσωπος εταιρείας δεν θα του επιτρέψουν την είσοδο".

2.3. Επίσης, σε σημείωμα μέσω τηλεομοιοτυπίας με ημερομηνία αποστολής 24.2.2004 και παραλήπτες τους Β. Παπαδημητρίου - Γενική Δ/ντρια και Β. Ζαφείρη - Εντεταλμένο Σύμβουλο στον ΣΕΒΤ, αναφέρεται ότι:

"Μετά από προτροπή πολλών μελών ο ΣΕΒΤ πρότεινε στον ΣΕΣΜΕ να γίνει συζήτηση σε επίπεδο συνδέσμων για την από κοινού αντιμετώπιση των σημαντικών θεμάτων που αφορούν στη μελλοντική εξέλιξη της αγοράς.

Κατά την γνώμη των περισσοτέρων μελών του ΣΕΒΤ, μια τέτοια συνεργασία, σε ανώτατο επίπεδο, μέσα από τα ήδη υπάρχοντα κανάλια διαλόγου είναι ο καλύτερος τρόπος για να βρεθούν θεσμικές λύσεις..."..

2.4. Με την από 23.4.2004 επιστολή της κας Β. Παπαδημητρίου του ΣΕΒΤ προς Δικηγορική Εταιρεία, αναφέρει ότι ο Σύνδεσμος ενημερώθηκε από Μέλη του και από τον Ημερήσιο Τύπο για τα παρακάτω:

"... Τα μέλη του ΣΕΒΤ καλούνται σε συναντήσεις από ομάδα μελών του ΣΕΣΜΕ, που όμως δεν εμφανίζονται ως ΣΕΣΜΕ, αλλά ως μεμονωμένες επιχειρήσεις. Οι συναντήσεις γίνονται με πρωτοβουλία των αλυσίδων λιανεμπορίου και οι βιομηχανίες τροφίμων καλούνται ανά ομάδες που απαρτίζονται από 10 έως 30 επιχειρήσεις. Στις συναντήσεις αυτές οι αλυσίδες λιανεμπορίου προβαίνουν σε συστάσεις συγκαλειμμένες και μη, σχετικά με την εμπορική πολιτική των επιχειρήσεων τροφίμων ως προς τους ανταγωνιστές τους δηλ. Carrefour, Lidl κα.

Επειδή τα Μέλη ανησυχούν, σας παρακαλώ να με ενημερώσετε εάν αυτές οι συναντήσεις και η παρουσία των βιομηχανιών τροφίμων σε αυτές αντίκεινται στον Νόμο περί Ανταγωνισμού..."

Σε απάντηση του παραπάνω αιτήματος, η Δικηγορική Εταιρεία απέστειλε γνωμοδοτικό σημείωμα σχετικά με την νομιμότητα της συμμετοχής σε αυτές τις συναντήσεις, αποσπάσματα του οποίου απέστειλε με την με υ[' αριθμ. 14784/4.5.2004 επιστολή του ο ΣΕΒΤ προς τα Μέλη του.

2.5. Τέλος, στην υπ' αριθμ. 226/3.6.2004 απαντητική επιστολή του ΣΕΣΜΕ, προς την εφημερίδα το ΒΗΜΑ, σχετικά με τα όσα αυτό δημοσίευσε για τις εν λόγω συναντήσεις, μεταξύ άλλων, αναφέρεται ότι:

"... μία από τις πολλές - συνήθεις και συνεχείς- συναντήσεις μεταξύ συνεργαζόμενων επιχειρήσεων του λιανεμπορίου, ελληνικού και πολυεθνικού με τους προμηθευτές του, Έλληνες και Ξένους, επιχειρείται να παρουσιαστεί καθ΄ ον τρόπο παρουσιάζεται και να ενοχοποιηθούν όλοι οι συμμετέχοντες σε μία ολόκληρη αγορά και ο ΣΕΣΜΕ, που εμφανίζεται με περίτεχνες διατυπώσεις να μην μετέχει μεν, αλλά να είναι πίσω από την συνομωσία. Ρητά εξαιρούνται βέβαια ελάχιστες - που μετριούνται στα δάκτυλα του ενός χεριού - επώνυμες και κυρίως ξένες επιχειρήσεις...".

3. Στοιχεία από τις απαντητικές επιστολές των αλυσίδων λιανεμπορίου για τις προαναφερόμενες συναντήσεις.

Η Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού απέστειλε προς τις εταιρείες: α) ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. SUPER MARKETS, β) ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε., γ) METRO Α.Ε.Β.Ε., δ) ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε., ε) Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε., και στ) Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ στις 30.7.2004 κοινή επιστολή για παροχή στοιχείων, μεταξύ των οποίων ζητούσε να της γνωρίσουν αναφορικά με τις συναντήσεις στις 26.2.2004 και 23.4.2004 στο ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport τα εξής: α) ποιοι ανέλαβαν την πρωτοβουλία για την πραγματοποίηση των συναντήσεων β) ποιοι εκλήθησαν και πόσοι τελικά συμμετείχαν από την πλευρά των προμηθευτών, γ) ποιοι προμηθευτές συμμετείχαν σε κάθε μία από τις τρεις ομάδες και με ποια κριτήρια έγινε ο διαχωρισμός τους κατά την δεύτερη συνάντηση και δ) ποια ήταν τα θέματα που συζητήθηκαν.

Από τις απαντητικές επιστολές των ως άνω εταιρειών προς τη Γραμματεία της Επιτροπής (ημ.α.π. 4224/19.8.2004, 4232/19.8.2004, 4211/17.8.2004, 4244/23.8.2004, 4217/18.8.2004 και 4235/20.8.2004 αντίστοιχα) προκύπτουν τα ακόλουθα:

3.1. Όσον αφορά στην πρωτοβουλία για την οργάνωση των συναντήσεων:

Την πρωτοβουλία ανέλαβαν από κοινού οι Κ. Μαχαίρας - Γενικός Διευθυντής της ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. SUPER MARKETS, Εμμανουήλ Αποστόλου - Πρόεδρος Δ.Σ. της ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε, Αριστοτέλης Παντελιάδης - Αντιπρόεδρος και Δ/νων Σύμβουλος της METRO Α.Ε.Β.Ε.,

Νικόλαος Βερόπουλος - Πρόεδρος της ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.Β.Ε., Γρηγόρης Παπαδόπουλος - Δ/νων Σύμβουλος της Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.Ε. και Ιωάννης Μασούτης - Αντιπρόεδρος της ΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΜΑΣΟΥΤΗΣ Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ. Επίσης, κατά την πρώτη συνάντηση παρευρέθηκε για κάποιο χρονικό διάστημα και ο Στέλιος Σκλαβενίτης, ενώ κατά την δεύτερη συνάντηση ο Δήμος Πάριος της ΤΡΟΦΙΝΟ.

3.2. Όσον αφορά τις συνθήκες διοργάνωσης των συγκεκριμένων συναντήσεων, στην απαντητική επιστολή του ο Βερόπουλος ανέφερε ότι:

"Δεν υπήρξε καμία ιδιαίτερη προετοιμασία και διοργάνωση για την πρώτη συνάντηση. Εθιμοτυπικά και στο πλαίσιο ανταλλαγής απόψεων για την εικόνα της αγοράς συζητήθηκε η ιδέα από τους 6 λιανέμπορους.....να καλέσουμε ο καθένας από μερικές εταιρείες.

.....Μετά την πρώτη συνάντηση υπήρξαν εταιρείες, οι οποίες εξέφρασαν παράπονα επειδή δεν εκλήθησαν, έτσι ώστε να ακουστεί και η δική τους άποψη. Γι΄ αυτό επανελήφθη η συνάντηση στις 23.4.2004 όπου συμμετείχαν 30 εταιρείες χωρισμένες σε 3 ομάδες των 10...".

3.3. Όσον αφορά τις προσκλήσεις των προμηθευτριών εταιρειών για συμμετοχή στις συναντήσεις αναφέρουν τα ακόλουθα :

Σύμφωνα με τις επιστολές των ως άνω 6 εταιρειών, προσκλήθηκαν από αυτές και στις δύο συναντήσεις οι εταιρείες : BOLTON AE, CHIPITA, COCA COLA 3E, COLGATE PALMOLIVE HELLAS, DIAGEO HELLAS, ELBISCO AE, HENKEL HELLAS ABEE, JOHNSON & JOHNSON HELLAS AEBE, JOHNSON & SON ΕΠΕ, KRAFT FOODS HELLAS AE, L' OREAL HELLAS AE, MISKO AE, NESTLE HELLAS AE, NUMIL HELLAS AE, PEPSICO HBH ABE, PROCTER & GAMBLE , UNILEVER HELLAS AEBE, ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΕ, ΑΤΛΑΝΤΑ ΑΕ, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ, ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ, ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ, ΕΛΑΙΣ ΑΕ, ΘΡΑΚΗ ΑΕ, ΚΑΤΣΕΛΗΣ Χ. ΥΙΟΙ ΑΒΕΕ & ΣΙΑ, ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΒΕΕ, ΜΕΒΓΑΛ, ΜΙΝΕΡΒΑ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΙΤΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΕΒΕ και ΦΑΓΕ ΑΕ.

Κατά την πρώτη συνάντηση δεν ανταποκρίθηκαν περίπου 8-10 προμηθεύτριες εταιρείες, αλλά δεδομένου ότι δεν κρατήθηκαν αρχεία της εν λόγω συνάντησης είναι μη εφικτός ο ακριβής προσδιορισμός τους. Πάντως, μεταξύ αυτών που δεν παρευρέθηκαν φαίνεται να είναι η NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε., η COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε., η ΕΛΑΪΣ Α.Ε., η ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε., η ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε., η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. και η ΚΙΚΙΖΑΣ Α.Ε.Β.Ε.

Στη δεύτερη συνάντηση προσκλήθηκαν εκ νέου και προσήλθαν οι εξής Προμηθεύτριες Εταιρείες: COCA COLA 3E, COLGATE PALMOLIVE HELLAS, DIAGEO HELLAS, HENKEL HELLAS ABEE, JOHNSON & JOHNSON HELLAS AEBE, JOHNSON & SON ΕΠΕ, L' OREAL HELLAS AE, PEPSICO HBH ABE, UNILEVER HELLAS AEBE, ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΑΕ, CHIPITA, FRIESLAND, KRAFT FOODS HELLAS AE, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΕ, ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ, ΘΡΑΚΗ ΑΕ, ΚΑΤΣΕΛΗΣ Χ. ΥΙΟΙ ΑΒΕΕ & ΣΙΑ, ΜΕΒΓΑΛ, ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΙΤΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΕΒΕ, ΦΑΓΕ ΑΕ, BOLTON AE, ELBISCO AE, MISKO AE, NESTLE HELLAS AE, NUMIL HELLAS AE, PROCTER & GAMBLE, ΑΤΛΑΝΤΑ ΑΕ, ΓΙΩΤΗΣ ΑΕ, ΕΛΑΙΣ ΑΕ, ΚΙΚΙΖΑΣ ΑΒΕΕ και ΜΙΝΕΡΒΑ ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

Οι ανωτέρω προμηθεύτριες εταιρίες συμμετείχαν στη συνάντηση χωρισμένες σε τρεις ομάδες των δέκα. Τα κριτήρια διαχωρισμού, σύμφωνα με τους διοργανωτές, ήταν η ομοιογένεια του αντικειμένου για καλύτερη επικοινωνία μεταξύ εταιρειών του ιδίου κλάδου και η διευκόλυνση ανταλλαγής απόψεων (μικρότερος αριθμός συμμετεχόντων σε κάθε συνάντηση ώστε να υπάρχει περισσότερος χρόνος για συζήτηση και να ακουστούν όλες οι απόψεις). Αυτό δεν κατέστη απόλυτα δυνατό από ορισμένους προμηθευτές λόγω εργασιακού προγράμματος οπότε και η συμμετοχή τους μεταφέρθηκε σε άλλη ομάδα.

3.4. Όσον αφορά τα θέματα που συζητήθηκαν κατά τις συναντήσεις στις 26.2.2004 και 23.4.2004 στο Ξενοδοχείο "Sofitel Athens Airport", στις ανωτέρω απαντητικές επιστολές προς την Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού αναφέρονται ότι είναι τα εξής:

- Η παρατεινόμενη κρίση στην ελληνική αγορά, η διερεύνηση των αιτιών της και του τρόπου αντιμετώπισής της.
- Παραπλανητικές διαφημίσεις και η επίδρασή τους στο κύρος των επωνύμων προϊόντων.
- Παραγωγή προϊόντων private label στην Ελλάδα (χαμηλότερης ποιότητας και τιμής πώλησης) που θα διατεθούν σε όλους ανεξαιρέτως του λιανέμπορους.
- Η αντιστροφή της τάσης απαξίωσης των επωνύμων προϊόντων, ανάλυση του φαινομένου της μεγάλης εισαγωγής στην ελληνική αγορά ανωνύμων προϊόντων αμφιβόλου ποιότητας, προέλευσης και χαμηλότερης τιμής, που εν μέρει αιτία έχει τις πωλήσεις κάτω του κόστους.
- Ενίσχυση των πωλήσεων των επωνύμων προϊόντων (διαφορά τιμής με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας και τα διάφορα προϊόντα εισαγωγής αμφιβόλου ποιότητας και προέλευσης που αποτελούν και το βασικό εργαλείο των εκπτωτικών καταστημάτων) το θέμα των πωλήσεων κάτω του κόστους που απαξιώνει τα επώνυμα προϊόντα, προώθηση ελληνικών προϊόντων.
- Κατάσταση της αγοράς και τροφοδοσία των καταστημάτων κατά τους Ολυμπιακούς αγώνες

3.5 Από τα πρακτικά συζητήσεων της Γραμματείας με εκπροσώπους ορισμένων προμηθευτριών εταιρείων που εκλήθησαν στα Γραφεία της Επιτροπής, προκειμένου να ερωτηθούν αναφορικά με τη διοργάνωση των εν λόγω συναντήσεων και τα θέματα που συζητήθηκαν σε αυτές, προκύπτουν τα εξής:

Τα κύρια θέματα συζήτησης, ήταν η ανάπτυξη των εκπτωτικών καταστημάτων στη χώρα και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, καθώς και οι πωλήσεις προϊόντων κάτω του τιμολογιακού κόστους. Ειδικότερα :

Οι αλυσίδες εξέφρασαν προς τους προμηθευτές την αγωνία τους για την εξάπλωση των εκπτωτικών καταστημάτων και ρώτησαν τους προμηθευτές κατά πόσο επιθυμούν την είσοδό τους στα καταστήματα αυτά. Η συζήτηση επικεντρώθηκε στην εταιρία Lidl και οι αλυσίδες φάνηκαν ενοχλημένες από την παρουσία και ανάπτυξη της εταιρίας αυτής. Σε αναφορά κάποιων προμηθευτών ότι αν χρειαστεί μπορεί μελλοντικά να δοθεί φασόν στην Lidl, οι αλυσίδες δεν είδαν το θέμα θετικά και εξέφρασαν τη δυσαρέσκειά τους, η οποία διατυπώθηκε ακόμη και με προτροπή προς τις προμηθεύτριες εταιρίες να μην κάνουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας για τις εκπτωτικές εταιρίες, όπως είναι π.χ η εταιρία Lidl αλλά να συνεχίσουν να κάνουν τέτοια προϊόντα για αυτούς. Επίσης, διατυπώθηκαν και έμμεσες απειλές όπως μη προβολή των προϊόντων των προμηθευτών, μη εισαγωγή νέων προϊόντων τους κ.α.

Όσον αφορά το δεύτερο θέμα των πωλήσεων προϊόντων κάτω του τιμολογιακού κόστους, με βάση πάντα τα όσα ανέφεραν εκπρόσωποι των προμηθευτών συζητήθηκε ότι κάποιες αλυσίδες, παρά την ψήφιση του νόμου, εξακολουθούν να πουλάνε προϊόντα κάτω του τιμολογιακού κόστους. Οι αλυσίδες συνέδεσαν το θέμα με την Carrefour, αν και προσπάθησαν επιμελώς να μην αναφερθούν ονομαστικά σε αυτήν. Παράλληλα ζητήσανε από τους προμηθευτές να επεμβαίνουν στις περιπτώσεις που διενεργούνται τέτοιες πωλήσεις.

3.6 Από τα ανωτέρω, προκύπτει ότι επτά αλυσίδες, στα πλαίσια των προαναφερομένων συναντήσεων, επεχείρησαν με συντονισμένο μεταξύ τους τρόπο, να μεθοδεύσουν τον "αποκλεισμό" ή και τη δυσμενέστερη εμπορική τους μεταχείριση από τις πηγές προμήθειάς τους, ορισμένες επιχειρήσεις που αποτελούν γι' αυτές μόνιμο θέμα ανησυχίας και αντιπαράθεσης, λόγω των έντονων ανταγωνιστικών πιέσεων που ασκούν απέναντί τους.

Η φαινομενική δε διαφοροποίηση της θεματικής των συναντήσεων που δήλωσαν οι οργανωτές των συναντήσεων και αυτής που προέκυψε από την έρευνα της Γραμματείας, δεν μπορεί να επισκιάσει την υποβόσκουσα επί της ουσίας μεταξύ τους συγγένεια.

Εάν πράγματι ληφθεί υπόψη ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζουν τα προϊόντα ιδιωτικής ονομασίας στην εμπορική πολιτική των μεγάλων διεθνών αλυσίδων και ειδικότερα στην πολιτική χαμηλών τιμών που προωθούν και η οποία παγίως καταγγέλεται από τον ΣΕΣΜΕ ως άμεση απειλή για τα μέλη του, δεν είναι δυσχερές να διαπιστωθεί ότι οι δύο εκδοχές της προβληματικής που αναπτύχθηκε στις συναντήσεις είναι οι ίδιες.

4. Παρ' ό,τι στις ερωτήσεις της Γραμματείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού οι εμπλεκόμενες αλυσίδες αρνήθηκαν κατηγορηματικά οποιαδήποτε ενέργεια στρεφόμενη κατά συγκεκριμένων επιχειρήσεων, δεν μπόρεσαν να υποστηρίξουν πειστικά τους λόγους για τους οποίους:

4.1. Μια "κοινωνική" σύναξη στο Sofitel θα έπρεπε να μην γνωστοποιηθεί στο ευρύτερο κοινό, όπως μαρτυρούν οι προαναφερθείσες ρητές και αυστηρές εντολές των οργανωτών προς την Διεύθυνση του Ξενοδοχείου περί απαγόρευσης κοινοποίησής τους. Εξ άλλου, ο ισχυρισμός ότι οι συναντήσεις δεν ήταν μυστικές, αφού υπήρξαν σχετικά δημοσιεύματα για αυτές στον Τύπο, δεν κρίνεται πειστικός, διότι ουδαμού προκύπτει ότι τα δημοσιεύματα αυτά έγιναν με παροχή πληροφοριών από τις ίδιες τις διοργανώτριες αλυσίδες. Αντιθέτως, φαίνεται να στηρίζονται σε πληροφορίες που έχουν συλλεγεί από άλλες πηγές. Επισημαίνεται ενδεικτικώς ότι στο από 23.04.2004 δημοσίευμα της εφημερίδας "Ναυτεμπορική", του οποίου έγινε επίκληση εκ μέρους εκπροσώπου των αλυσίδων κατά τη διαδικασία, υπάρχει η εξής αναφορά:

"Όπως αναφέρουν κορυφαίοι κύκλοι της αγοράς, η φημολογούμενη είσοδος της Γερμανικής Plus στην Ελλάδα, ως ο τρίτος ισχυρός discounter μετά τις Dia και Lidl, έχει θορυβήσει το οργανωμένο λιανεμπόριο και κυρίως τις εταιρείες ελληνικών συμφερόντων, οι οποίες τα τελευταία χρόνια βλέπουν ως πραγματική απειλή για την εξέλιξη τους τη διόγκωση του discount".

4.2. Το γεγονός ότι συγκεκριμένες επιχειρήσεις λιανεμπορίου, μέλη του ΣΕΣΜΕ (και όχι από τις μικρότερες του τομέα) κρατήθηκαν μακρυά αυτών των "κοινωνικών" συναντήσεων είτε από "αμέλεια", είτε λόγω "μη επαρκούς γνώσης των ελληνικών" του Διευθύνοντος Συμβούλου τους, ενώ σε επίπεδο προμηθευτών δεν προσεκλήθησαν επιχειρήσεις των οποίων το μέγεθος συνεργασίας με discounters, καθιστούσε εξ ορισμού ανέφικτη οιαδήποτε προσπάθεια επηρεασμού της εμπορικής τους πολιτικής έναντι αυτών (βλ ενδεικτικά περίπτωση ΤΥΡΑΣ Α.Ε., βασικού προμηθευτή γαλακτοκομικών προϊόντων της LIDL). Εξεταστέως επίσης και ο συγκεκριμένος τρόπος πρόσκλησης των δεκάδων προμηθευτών, μετά από προσωπική τηλεφωνική επαφή με εκπρόσωπο εκάστου εξ αυτών και όχι με αποστολή προσκλήσεως ή μηνύματος σε επίπεδο Συνδέσμου ή και επιχειρήσεων.

4.3. Όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις του λιανεμπορίου φαίνονται να συμφωνούν μεταξύ τους επί κρίσιμων και ουσιωδών στοιχείων της εμπορικής τους πολικής.

5. Τέλος, ο επιδιωκόμενος σκοπός των συναντήσεων, έστω και εάν του αποδίδεται επισήμως ο χαρακτήρας "εθιμοτυπικής" "ανταλλαγής απόψεων για την εικόνα της αγοράς", δεν αρκεί για να αναιρέσει τα στοιχεία που συνέλεξε η Γραμματεία της Επιτροπής, περί προσπάθειας των διοργανωτών της συνάντησης να αποσπάσουν από τους προμηθευτές την δέσμευση για αποκλεισμό (μποϋκοτάζ) ή και μη προνομιακή μεταχείριση συγκεκριμένων ανταγωνιστικών τους επιχειρήσεων.

Την άποψη αυτή ενισχύει η πάγια προσπάθεια των εμπλεκομένων μερών του Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ να χρησιμοποιήσουν στην αντιπαράθεσή τους με τις εν λόγω επιχειρήσεις τους προμηθευτές, κάνοντας χρήση της πίεσης που μπορεί να ασκήσει έναντι των τελευταίων η προοπτική αποκλεισμού τους από την αγορά της πλειοψηφίας των μελών του ΣΕΣΜΕ.

Σημειώνεται χαρακτηριστικά η από 29/11/1999 προαναφερθείσα επιστολή διαμαρτυρίας του ΕΣΒΕΠ προς το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ με αφορμή σχετική προγενέστερη συνάντησή (η οποία διοργανώθηκε με πρωτοβουλία της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ) αλυσίδων λιανεμπορίου και προμηθευτών τους, στην οποία όπως συνάγεται είχε και πάλι τεθεί θέμα αποκλεισμού προμήθειας συγκεκριμένων αλυσίδων. Ειδικότερα, στην επιστολή αναφέρεται ότι :

"όσο σοβαρό και εάν είναι το θέμα των πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους στη χρηματοοικονομική θέση των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, το να καταλογίζεται η ευθύνη και να απειλούνται με αντίμετρα για το φαινόμενο και τις συνέπειές του οι προμηθευτές, βιομηχανικές ή εμπορικές επιχειρήσεις, δεν αποτελεί προσέγγιση η οποία μπορεί να επιλύσει το πρόβλημα", διότι μεταξύ άλλων "απαγορεύεται η άρνηση πώλησης σε οποιονδήποτε εμπορικό εταίρο". Και καταλήγει με την φράση: "Πιστεύουμε ότι το θέμα είναι σύνθετο, έχει πολύ σημαντικές προεκτάσεις και δεν επιλύεται με μέτρα αποκλεισμού προϊόντων από τα καταστήματα".

IV. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Α. Υποβληθείσες Ενστάσεις

Κατά την ακροαματική διαδικασία υποβλήθησαν από τους πληρεξουσίους δικηγόρους των ενδιαφερομένων μερών οι παρακάτω ενστάσεις:

1. Ένσταση ακυρότητος (μη τήρησης) προδικασίας

Η ένσταση ακυρότητος της προδικασίας, λόγω εκπρόθεσμου κοινοποίησης της εισηγήσεως της Γραμματείας της Ε. Α. απορρίπτεται διότι εκ του νόμου (άρθρο 8 παρ. 14 του Ν. 703/1977, όπως ισχύει) τίθεται προθεσμία τριάντα (30) ημερών για επίδοση της κλήτευσης και όχι της εισήγησης. Το χρονικό διάστημα των 28 ημερών από την κοινοποίηση της εισηγήσεως μέχρι τη συζήτηση της υποθέσεως κρίνεται ως εύλογο για την προετοιμασία των μερών.

2. Αοριστίας και απαραδέκτου της κλήτευσης,

Η ένσταση περί αοριστίας της εισηγήσεως της Γραμματείας της Ε.Α. λόγω έλλειψης πρότασης επί του επαπειλουμένου προστίμου απορρίπτεται, διότι η σχετική πρόταση της Γραμματείας δεν είναι αναγκαία για τη συζήτηση της υπόθεσης και τη διαπίστωση παραβάσεων, ούτε προδικάζει την απόφαση της Επιτροπής. Εξάλλου, η Γραμματεία της Ε.Α. έκρινε ότι ήταν αναγκαία επιπρόσθετα στοιχεία για τον υπολογισμό του προστίμου, τα οποία ζητήθηκαν εγγράφως από το ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΕΛΛΑΔΟΣ.

3. Παραβίασης ουσιώδους τύπου της διαδικασίας.

Η Επιτροπή έκρινε ότι δε συντρέχει παραβίαση ουσιώδους τύπου της διαδικασίας λόγω της επικαλούμενης μη έγκαιρης γνωστοποίησης των ονομάτων των εξετασθέντων μαρτύρων και τούτο διότι νομίμως η Γραμματεία θεώρησε, κατά το στάδιο της προδικασίας, τις καταθέσεις των μαρτύρων ως απόρρητες και τήρησε τη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 16 παρ. 2 και 3 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της (ΚΥΑ 963/2001, ΦΕΚ 361/Β/4.4.2001), κατά το οποίο: "2. Εφόσον για τη σύνταξη εισήγησης του άρθρου 17 παρ. 3 του παρόντος Κανονισμού, κρίνεται από τον Γενικό Εισηγητή αναγκαία η χρησιμοποίηση εγγράφων που περιέχουν απόρρητα στοιχεία επιχειρήσεων, τα στοιχεία αυτά ανακοινώνονται, βάσει του άρθρου 27 παρ. 3 του Ν. 703/1977, στον Πρόεδρο, ο οποίος και αποφασίζει, για τα στοιχεία, τα οποία θα περιληφθούν στην εισήγηση. 3. Τα μέρη μετά την ολοκλήρωση της εισήγησης έχουν πρόσβαση στα μη απόρρητα στοιχεία του φακέλου, περιλαμβανομένων και εκείνων της παρ. 2 του παρόντος άρθρου. Κατ' εξαίρεση, αντίγραφα καταγγελιών και αιτήσεων ασφαλιστικών μέτρων μπορούν να λαμβάνουν τα μέρη, κατά των οποίων στρέφονται οι καταγγελίες ή οι αιτήσεις και πριν από την ολοκλήρωση της σχετικής εισήγησης."

Στην κρινόμενη υπόθεση, η Γραμματεία έλαβε υπόψη της αιτήματα που της υποβλήθησαν εγγράφως ή προφορικώς από κάποιους εκ των μαρτύρων και με εισήγηση στον Πρόεδρο της Ε.Α., με βάση την ανωτέρω διάταξη, χαρακτήρισε τις καταθέσεις απόρρητες ως προς την ταυτότητα του μάρτυρα και την επαγγελματική του ιδιότητα.

Σε μεταγενέστερο στάδιο η Επιτροπή, έκρινε ότι δεν υπήρχε πλέον λόγος διατήρησης του χαρακτηρισμού των στοιχείων αυτών ως απορρήτων, και κατά συνέπεια ήρθη ο απόρρητος χαρακτήρας αυτών και ετέθησαν προς γνώση των ενδιαφερομένων μερών ήδη από 29.11.2004. Λαμβανομένης υπόψη της διάρκειας της ακροαματικής διαδικασίας επί της κρινόμενης υπόθεσης, η οποία συνεχίστηκε έως την 25η/1/2005, η Επιτροπή θεωρεί ότι δόθηκε επαρκέστατος χρόνος στα ενδιαφερόμενα μέρη να αξιολογήσουν τις καταθέσεις αυτές, και επίσης είχαν τη δυνατότητα εξέτασης μαρτύρων και κατάθεσης υπομνημάτων.

Σημειωτέον ότι οι καταθέσεις των μαρτύρων ως έχουν, αποδίδουν πλήρως και πιστά τις θέσεις αυτών, καθόσον τις υπέγραψαν, δεν αμφισβήτησαν το περιεχόμενο αυτών και τους χορηγήθηκε αντίγραφο. Οποιεσδήποτε τυχόν παρεμβάσεις στο κείμενο των καταθέσεων (διαγραφές κλπ.) έχουν γίνει ιδιοχείρως από τους μάρτυρες ενώπιον των υπαλλήλων της Γραμματείας.

Ως προς τις τρεις εκθέσεις μαρτυρίας, οι οποίες φέρουν μόνο την υπογραφή των εντεταλμένων υπαλλήλων της Γραμματείας της Ε.Α. και δεν φέρουν την υπογραφή των καταθεσάντων μαρτύρων, λεκτέο είναι ότι η έκθεση αποτελεί πιστή καταγραφή των εκτεθέντων από τον εκάστοτε μάρτυρα, ο οποίος στη συνέχεια υπέγραψε ανεπιφυλάκτως την έκθεση της μαρτυρίας του, ως αποδίδουσα πιστά τα όσα ανέφερε και κατέθεσε.

4. Κλητεύσεως του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων

Η Επιτροπή απορρίπτει την ένσταση περί της μη κλήτευσης του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων καθόσον σύμφωνα με την εισήγηση της Γραμματείας δεν προέκυψαν στοιχεία παράβασης εκ μέρους του.

Β. Η κατάρτιση του καταλόγου και η ενιαία εφαρμογή του περιορίζει τον ανταγωνισμό.

1. Σύμφωνα με το καταστατικό του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος (ΣΕΣΜΕ) σκοπός του σωματείου είναι: "α. Η παρακολούθηση και η προαγωγή των συμφερόντων και γενικά των ζητημάτων που αφορούν τις επιχειρήσεις ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ (υπεραγορές μικτών καταστημάτων) στην Ελλάδα και που απορρέουν από την λειτουργία τους, β) η ανάπτυξη πνεύματος συναδελφικότητας μεταξύ των μελών και η μελέτη τεχνικών τρόπων και μεθόδων για την καλύτερη επαγγελματική απόδοση των επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ όπως και όσων απασχολούνται με οποιονδήποτε τρόπο σε αυτές, γ) η προάσπιση των συμφερόντων του κλάδου και οι ενέργειες και δραστηριότητες για τη μελέτη, προβολή και επίλυση των ζητημάτων και προβλημάτων που τον απασχολεί...", και αριθμεί 41 μέλη-επιχειρήσεις ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ που δραστηριοποιούνται στην Αττική και 53 στην υπόλοιπη Ελλάδα, συνεπώς αποτελεί ένωση επιχειρήσεων κατά την έννοια του άρθρου 1 παρ.1 Ν. 703/1977.

Η απόφαση εμπορικού συνδέσμου θεωρείται ως "απόφαση ενώσεως επιχειρήσεων" υπό την έννοια του άρθρου 1 παρ.1 Ν. 703/1977 και 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ. (βλ. απόφαση 83/89 ΕΑ, απόφαση ΔΕΚ 209-215/78 Heintz van Landewyck SARL κατά Επιτροπής, 29.10.1980).

Γίνεται δεκτό ότι οποιαδήποτε συμφωνία συνάψει η εμπορική ένωση μπορεί να θεωρηθεί απόφαση. Η έννοια των αποφάσεων στην προκειμένη περίπτωση καλύπτει τις αποφάσεις εμπορικών ενώσεων και σωματείων, καθώς επίσης και οποιαδήποτε "σύσταση" ή "οδηγία" απευθύνει η ένωση στα μέλη της, ανεξαρτήτως του δεσμευτικού ή όχι χαρακτήρα της σύστασης ή οδηγίας. (βλ. μεταξύ άλλων, απόφαση ΔΕΚ 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, απόφαση ΔΕΚ 71/74 FRUBO κατά Επιτροπής, απόφαση ΔΕΚ 209-215/78 Heintz van Landewyck SARL κατά Επιτροπής, απόφαση ΔΕΚ 45/85 VDS κατά Επιτροπής, απόφαση ΠΕΚ 14/93 UIC κατά Επιτροπής, απόφαση Επιτροπής Fenex, ΕΕ L 181/28).

Είναι σαφές ότι ο καθορισμός ελαχίστων τιμών, ακόμη και αν δεν οδηγεί στην απόλυτη εξίσωση των τιμών δεν επιτρέπει στους καταναλωτές να επωφεληθούν από τιμές κάτω των συμφωνημένων και αντίκειται στους κανόνες ανταγωνισμού (βλ. Απόφαση της ΕΕ, UGAL/BNIC, ΕΕ L379/1 της 15.12.1982). Επίσης, η συμφωνία για τον καθορισμό των μέγιστων εκπτώσεων οι οποίες πρόκειται να εφαρμοστούν από τα μέρη που υπεισέρχονται στη συμφωνία αποτελεί μία άλλη μορφή καθορισμού τιμών που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού (βλ. Απόφαση της ΕΕ, SSI, ΕΕ L232/1 της 15.8.1980). Η συμφωνία αυτή μπορεί να καταρτίζεται μεταξύ του προμηθευτή και της επιχείρησης που αναλαμβάνει το επόμενο στάδιο διάθεσης των προϊόντων. Περίπτωση καθορισμού ενιαίων τι-

μών μεταξύ ανταγωνιστών συνιστά η σύσταση που απευθύνει μία ένωση επιχειρήσεων στα μέλη της να υιοθετήσουν μία συγκεκριμένη τιμή ή ένα συγκεκριμένο περιθώριο κέρδους (βλ. Απόφαση ΔΕΚ, FEDETAB, 29.10.1985)

2. Ενόψει των ανωτέρω, η μονομερής κατάρτιση από το Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ καταλόγου μεταφοράς επί τιμολογίου συγκεκριμένου ποσοστού παροχών και λοιπών εκπτώσεων που έως τότε βρισκόταν εκτός τιμολογίου και η αποστολή αυτού προς τα μέλη του και τα μέλη του ΣΕΒΤ και ΕΣΒΕΠ έστω και με τη μορφή απλής σύστασης εφαρμογής του, συνιστά χωρίς αμφιβολία περίπτωση απόφασης ένωσης επιχειρήσεων.

Τοσούτο μάλλον που η αλληλογραφία του ΣΕΣΜΕ με τα μέλη του και τους προμηθευτές, αποδεικνύει ότι η κατάρτιση του εν λόγου καταλόγου με την παράλληλλη προσπάθεια επίτευξης "ενιαίας εφαρμογής του" (επιστολή ΣΕΣΜΕ ΑΠ 3739/8.10.2001) και την απειλή να μη γίνονται δεκτά "τιμολόγια χωρίς την προβλεπόμενη έκπτωση" (επιστολή ΣΕΣΜΕ της 24.12.2001) απέβλεπε στην επιβολή "ενιαίας πολιτικής για όλες τις αλυσίδες ως προς την έκπτωση επί τιμολογίου ανεξαρτήτως μεγέθους" (επιστολή ΣΕΣΜΕ ΑΠ 3736/8.10.2001), "έτσι ώστε ενιαίο να διαμορφώνεται το τιμολογιακό κόστος" (επιστολή ΣΕΣΜΕ προς DENISTONE A.E της 30.3.2002)

Ως εκ τούτου ο κατάλογος και η προσπάθεια επίτευξης ενιαίας εφαρμογής του περιορίζει κατ' αποτέλεσμα, και σε συνδυασμό με την απειλή κυρώσεων κατά τον Ν. 2941/2001, την ελευθερία διαμόρφωσης τιμής, άρα και τον ανταγωνισμό των σούπερ μάρκετ, ο οποίος αναλόγως των λειτουργικών δαπανών, της διάρθρωσης και του κόστους του κεφαλαίου (μετοχικού και δανειακού) και του ευλόγου κέρδους τους, δυνητικά θα συμπίεζε τις τιμές πλησιέστερα προς το πραγματικό κόστος κτήσης των προϊόντων μιας εκάστης των εμπλεκομένων επιχειρήσεων.

Με την ενιαία δηλαδή εφαρμογή του καταλόγου, επιβραβεύονται εκείνες οι επιχειρήσεις που δεν επιθυμούν ή δεν μπορούν να ανταγωνισθούν στη συγκεκριμένη αγορά, "τιμωρούνται" όμως αναπόφευκτα, οι επιχειρήσεις που βελτιώνοντας τις λειτουργικές τους δαπάνες ή τη διάρθρωση του κεφαλαίου τους ή τις υπηρεσίες που παρείχαν προς τους προμηθευτές τους, θα μπορούσαν να μεταφέρουν το όφελος αυτό στον καταναλωτή.

3. Περαιτέρω επισημαίνεται ότι η κατάρτιση της τριμερούς συμφωνίας μεταξύ του ΣΕΣΜΕ, του ΣΕΒΤ και του τότε Υπουργού Ανάπτυξης δεν επέβαλε την κατάρτιση καταλόγου που θα καθόριζε υποχρεωτικά μέγιστα ποσοστά εκπτώσεων ανά προμηθευτή τα οποία θα περιλαμβάνονταν στα τιμολόγια και ούτε οδηγούσε σε οποιαδήποτε άλλη παραβατική συμπεριφορά.

Όσον αφορά το επιχείρημα περί αναγκαστικής συμμόρφωσης σε κανονιστική ρύθμιση, προκειμένου έτσι να δικαιολογηθεί μια παραβιάζουσα τις διατάξεις περί ελεύθερου ανταγωνισμού επιχειρηματική συμπεριφορά, για να εξετασθεί αυτό και να γίνει δεκτό, πρέπει να συντρέχουν σωρρευτικά οι εξής προϋποθέσεις: α) η εν λόγω συμπεριφορά να επιβάλλεται ρητώς από το νόμο, και β) οι επιχειρήσεις να μην έχουν κανένα απολύτως περιθώριο παρέκκλισης και ανάπτυξης αυτόνομης επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Απλή πεποίθηση των επιχειρήσεων ότι ενεργούν σύμφωνα με το πνεύμα του νόμου, δεν αρκεί. Πάγια μάλιστα νομολογία των κοινοτικών δικαστηρίων επί του εν λόγω ζητήματος καταδεικνύει ότι το ως άνω επιχείρημα απορρίπτεται εάν δεν συντρέχουν οι ανωτέρω προϋποθέσεις. (Βλ. ενδεικτικά υποθέσεις: CNSD v Commission T-513/1993 (2000), Wood Pulp OJ [1985] L 85/1, Aluminium Products OJ [1985] L 92/1, SSI OJ [1982] L 232/1, σε: Richard Whish, Competition Law, Fourth Edition, σελ. 104-105.

Από το κείμενο της εν λόγω "Συμφωνίας" ουδόλως προκύπτει υποχρέωση του ΣΕΣΜΕ, ούτε συμφωνία του Υπουργού ή και του άλλου υπογράφοντος συνδέσμου ΣΕΒΤ για μονομερή, από πλευράς ΣΕΣΜΕ, καθορισμό καταλόγου μεταφοράς ενιαίου ποσοστού παροχών και λοιπών εκπτώσεων εκτός τιμολογίου, επί τιμολογίου. Αυτό που αναφέρεται στην εν λόγω συμφωνία είναι η μεταφορά στο τιμολόγιο του ποσοστού εκπτώσεων ή η αντίστοιχη μείωση της τιμής του τιμοκαταλόγου των προμηθευτών των υπερβολικών παροχών και εκπτώσεων το οποίο μεταφέρονταν ήδη στην τιμή λιανικής πώλησης, ώστε να μην θεωρηθεί παράνομη η πώληση σ' αυτή την τιμή, μετά τη θέση σε ισχύ της διάταξης περί απαγόρευσης των πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους.

Κατ' ακολουθία, ο ΣΕΣΜΕ θα μπορούσε απλά να κοινοποιήσει την τριμερή συμφωνία στα μέλη του και να προτρέψει αυτά να διαμορφώσουν τα ποσοστά μεταφοράς σε ελεύθερη διαπραγμάτευση με τους προμηθευτές τους. Έτσι, π.χ. το σούπερ μάρκετ με τις ίδιες εκπτώσεις όγκου άλλα με καλύτερες υπηρεσίες θα ήταν ελεύθερο να ανταγωνισθεί χωρίς περιορισμούς. Επίσης, μεταξύ των λοιπων εναλλακτικών υλοποίησης της τριμερούς συμφωνίας, ο ΣΕΣΜΕ θα μπορούσε να διαπραγματευτεί συλλογική μείωση των τιμοκαταλόγων ή απλά να εξηγήσει στα μέλη του ότι μπορούν να συνεχίζουν τις πωλήσεις κάτω του κόστους εφόσον αυτές δεν στοχεύουν στη νόθευση του ανταγωνισμού σύμφωνα με το πνεύμα και το γράμμα της πρώτης παραγράφου του ν. 2941/2001.

Είναι τέλος χαρακτηριστικό ότι στην προαναφερθείσα από 8.10.2001 επιστολή του ο ΣΕΣΜΕ δηλώνει απερίφραστα ότι ο κατάλογος μεταφοράς ποσοστού εκπτώσεων που κατήρτισε έγινε "σε εφαρμογή των υποσχέσεων μας" και όχι σε εκτέλεση οιασδήποτε ανειλημμένης νομικής δέσμευσης. Αλλωστε, και τα μέλη της επιτροπής του ΣΕΣΜΕ που συνέταξε τον "κατάλογο", ερωτηθέντα σχετικά, απάντησαν ότι δεν γνώριζαν την ύπαρξη κάποιας νομικής δέσμευσης προς το σκοπό αυτό.

Συνεπώς, οποιαδήποτε επίκληση τυχόν δεσμευτικότητας της "Συμφωνίας-Ανάληψης Δεσμεύσεων", η οποία οδήγησε στην ανάληψη της πρωτοβουλίας του ΣΕΣΜΕ για τη σύνταξη του εν λόγω καταλόγου είναι αβάσιμη όσον αφορά την εφαρμογή του άρθρου 1 παρ.1 Ν.703/77 και δεν αφορά την παρούσα εξέταση της υπόθεσης.

Όπως δε, προκύπτει και από την με ημερομηνία 10.12.01 επιστολή του ΣΕΒΤ προς την ηγεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης:

"... Το λιανικό εμπόριο τροφίμων δεν δέχεται να αναγράφεται επί των τιμολογίων η έκπτωση που του παρέχεται από τη βιομηχανία και έτσι δεν "περνά" στον καταναλωτή η χαμηλότερη τιμή που του δίνει η βιομηχανία... ...".

4. Περαιτέρω, ο ΣΕΣΜΕ υποστήριξε, τόσο κατά την προφορική διαδικασία όσο και με τα υποβληθέντα υπομνήματα, ότι κατάρτισε τον κατάλογο μέσω τιμοληψιών με τις οποίες κατέγραφε τις εκπτώσεις που μεταφέρονταν στον καταναλωτή προκειμένου να εισηγηθεί τη μεταφορά της μέγιστης παρατηρηθείσης έκπτωσης στο τιμολόγιο. Ωστόσο, κατά την ακροαματική διαδικασία δεν αποδείχθηκε ότι η τιμοληψία που έγινε για την κατάρτιση του καταλόγου περιελάμ-

βανε το σύνολο των δραστηριοποιούμενων στη χώρα επιχειρήσεων με επιλογή της κατώτερης όλων τιμής στο ράφι. Όπως χαρακτηριστικά προκύπτει από τα ίδια τα πρακτικά του Δ.Σ. του ΣΕΣΜΕ της 6.02.2002 και 3.04.2002, στην περίπτωση της CARREFOUR οι τιμές που υπήρχαν πριν την 1.01.2002 και οι οποίες παρέμειναν "παγωμένες" και τους επόμενους μήνες, ύστερα από απόφαση της μητρικής εταιρείας να μην τις αλλάξει λόγω εφαρμογής του ευρώ, συνέχιζαν να είναι τον Απρίλιο του 2002 κάτω του τιμολογιακού κόστους που διαμόρφωνε η μεταφορά επί τιμολογίου των ποσοστών εκπτώσεων που εμπεριείχε ο κατάλογος που είχε καταρτίσει ο ΣΕΣΜΕ. Γεγονός που αποδεικνύει ότι τουλάχιστον οι τιμές της εν λόγω αλυσίδας δεν είχαν ληφθεί υπόψη όταν ο ΣΕΣΜΕ συνέτασσε τον προαναφερθέντα κατάλογο ποσοστών εκπτώσεων επί τιμολογίου.

Ακόμη όμως και αν ήθελε θεωρηθεί αληθής ο ισχυρισμός ότι για την κατάρτιση του καταλόγου επιλέχθηκε το ποσοστό που αντιστοιχεί στην ελάχιστη τιμή κατόπιν τιμοληψίας "στο ράφι", εκλαμβάνεται αδικαιολόγητα ως δεδομένο ότι ο "μέσος" όρος των μελλοντικών τιμών κάθε προμηθευτή προς όλα τα σούπερ μάρκετ (ανεξάρτητα από τις υπηρεσίες ή άλλους παράγοντες) δε μπορεί να είναι χαμηλότερος του κατά τον χρόνο της τιμοληψίας ισχύσαντος, επιβάλλοντας κατ' αυτό τον τρόπο αυθαίρετα αυτόν τον μέσο όρο ως "δάπεδο" στον ανταγωνισμό. Επί πλέον, μια τέτοιας μορφής "τιμοληψία" αποδεικνύει ότι η αληθής πρόθεση του ΣΕΣΜΕ ήταν να δημιουργήσει ένα ελεγχόμενο πλαίσιο διαμόρφωσης του τιμολογιακού κόστους, έτσι ώστε να εμποδισθούν να είναι ανταγωνιστικές οι αλυσίδες οι οποίες, με χαμηλό πραγματικό κόστος, είχαν τη δυνατότητα να πωλούν σε χαμηλές τιμές. Σε κάθε περίπτωση πάντως ούτε από τα στοιχεία του φακέλου ούτε από την ακροαματική διαδικασία προκύπτει ότι με την κατάρτιση του εν λόγω καταλόγου η πρόθεση του ΣΕΣΜΕ ήταν να διαμορφωθούν οι τιμές, υπό όρους αληθούς ανταγωνισμού, στα χαμηλά εκείνα επίπεδα που θα επέτρεπε το πραγματικό κόστος των προϊόντων.

Επιπρόσθετα, η εξήγηση περί των μηδενικών εκπτώσεων που αναφέρονται στον εν λόγω κατάλογο σε σημαντικό αριθμό προμηθευτών και συγκεκριμένα ο ισχυρισμός ότι οι μηδενικές εκπτώσεις αναφέρονται στις περιπτώσεις που τα προϊόντα κάποιων προμηθευτών εμφανίζονται στα ράφια με τιμές που είναι ίσες ή μεγαλύτερες από τις τιμές των τιμοκαταλόγων των προμηθευτών αυτών, δεν δικαιολογεί ούτε εξηγεί τους λόγους παρουσίας μηδενικών ποσοστών εκπτώσεων στον κατάλογο, εκτός και αν εκφράζει την πρόθεση των αλυσίδων να επιβάλλουν μέσω αυτών το πάγωμα των συγκεκριμένων τιμών, εμποδίζοντας ενδεχόμενη μεταγενέστερη μειωσή τους, μέσω εκπτώσεων επί τιμολογίου.

Είναι επίσης σαφές, τόσο από δηλώσεις των εκπροσώπων του όσο και από σχετική αλληλογραφία, ότι ο ΣΕΣΜΕ μερίμνησε ώστε να διαμορφώνεται ενιαίο το τελικό τιμολογιακό κόστος χωρίς καμία διαφοροποίηση από αλυσίδα σε αλυσίδα, έτσι ώστε να διασφαλίζεται και η βιωσιμότητα των περισσοτέρων και μικροτέρων μελών του. Σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον όπως αυτό των σούπερ μάρκετ, όπου το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων ποικίλλει λόγω διαφορών παραγωγικότητας και μεγέθους, εξυπακούεται ότι η εν λόγω μέριμνα μεταφράζεται εξ ορισμού στην καθιέρωση ενός επιπέδου κατωτάτων τιμών στο λιανεμπόριο πολύ υψηλότερου από αυτό που θα προέκυπτε από την απρόσκοπτη λειτουργία του ανταγωνισμού.

5. Όσον αφορά το επιχείρημα των αλυσίδων ότι ο εν λόγω κατάλογος δεν δημιουργεί κατώτατο επίπεδο τιμολογιακών τιμών, διότι τα ποσοστά που εμπεριέχει είναι ποσοστά κατ' ελάχιστον, δεν ευσταθεί και γι' αυτό δεν γίνεται δεκτό από την Επιτροπή. Πράγματι από κανένα στοιχείο του φακέλλου δεν επαληθεύεται ο υποτειθέμενος κατ' ελάχιστο χαρακτήρας των εν λόγω ποσοστών, ενώ οι διατυπώσεις που κατ' επανάληψη χρησιμοποιούνται από τον ίδιο τον ΣΕΣΜΕ όταν αναφέρεται σε αυτά, πείθουν περί του αντιθέτου (ενδεικτικά βλπ Πρακτικό ΔΣ ΣΕΣΜΕ της 3.10.2001, επιστολές ΣΕΣΜΕ προς τα μέλη του της 8.10.2001, 10.12.2001, 24.12.2001 στη τελευταία από τις οποίες γίνεται λόγος και για "πιστή" εφαρμογή του καταλόγου). Πρόκειται δηλαδή για συγκεκριμένα ποσοστά ή "ανώτατο ποσοστό έκπτωσης", όπως ρητά αναφέρεται και στην από 22.02.2002 επιστολή του ΣΕΒΤ προς τον Πρόεδρο του ΣΕΣΜΕ, χωρίς καμία διαμαρτυρία ή αμφισβήτηση του τελευταίου περί αυτού.

Η άποψη αυτή επιβεβαιώνεται εξάλλου με αναντίρρητο τρόπο και από τις απαντητικές επιστολές του ΣΕΣΜΕ προς τις εταιρείες DENISTONE Α.Ε. (30.05.2002), ΑΦΟΙ ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε.Β.Ε. (3 άλφα) (8.07.2002) και ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΪΑ Β. ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕΒΕ, που προκειμένου να επιτύχουν αύξηση του ποσοστού εκπτώσεων που ο κατάλογος είχε προβλέψει για τα προϊόντα τους, αιτούνται την έγκριση του ΣΕΣΜΕ ο οποίος στη μεν πρώτη περίπτωση αποδέχεται το αίτημα υπό προϋποθέσεις, στη δεύτερη το κάνει κατ' εξαίρεση δεκτό, ενώ στην τρίτη το απορρίπτει (όπως προκύπτει από τη χειρόγραφη σημείωση "απορρίπτεται" επί της από 22.02.2002 επιστολής της ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΪΑΣ Β. ΑΙΓΑΙΟΥ Α.Ε.Β.Ε. προς ΣΕΣΜΕ, που περιήλθε στη Γραμματεία της Επιτροπής σε συνέχεια του αυτεπάγγελτου ελέγχου της).

Τέλος, και αν ακόμη υποτεθεί, σύμφωνα με τον ισχυρισμό των ενδιαφερομένων μερών, όπως εκτίθεται και στο από 2.2.2005 κοινό υπόμνημα του ΣΕΣΜΕ και των επτά αλυσίδων σούπερ μάρκετ, ότι ο εν λόγω κατάλογος ανέφερε ποσοστά εκπτώσεων στο ύψος των οποίων θα έπρεπε οι συγκεκριμένοι προμηθευτές να αναπροσαρμόσουν (χωρίς ατομικές διαπραγματεύσεις με τις επί μέρους αλυσίδες σούπερ μάρκετ) τις ήδη χορηγούμενες επί τιμολογίων εκπτώσεις, δεν είναι δυνατό να αναφερόμαστε σε "έκπτωση κατ' ελάχιστο", όπως ισχυρίζονται ο ΣΕΣΜΕ και οι λοιπές εμπλεκόμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, αλλά περί "μέγιστου ποσοστού εκπτώσεων" με αποτέλεσμα να καθορίζεται από τον ΣΕΣΜΕ συγκεκριμένο επίπεδο εκπτώσεων επί τιμολογίου (άρα και τιμολογιακό κόστος) του συγκεκριμένου προμηθευτή προς όλα τα μέλη του ΣΕΣΜΕ.

Υπό αυτές τις συνθήκες ο ισχυρισμός των αλυσίδων περί "εκπτώσεων κατ΄ελάχιστον" αποδεδειγμένα δεν ευσταθεί, καθιστώντας ανευ αντικειμένου την αξίωσή τους για περαιτέρω διερεύνηση του θέματος μέσω τιμολογίων.

Εξ΄ ου και το ανέφικτο της επιχειρηθείσης σχετικής προσπάθειας, στα πλαίσια της οποίας τα προσκομισθέντα από τις αλυσίδες τιμολόγια δεν αποδεικνύουν τον ανωτέρω προβαλλόμενο ισχυρισμό, δεδομένου ότι είναι περιπτωσιολογικά, μη συγκρίσιμα μεταξύ τους και στην πλειοψηφία τους αφορούν περίοδο μεταγενέστερη της κατά δήλωση των ενδιαφερομένων χρονικής περιόδου ισχύος του καταλόγου, ήτοι μετά το πρώτο εξάμηνο του 2002.

6. Επομένως, ο κατάλογος των προμηθευτών που συνέταξε ο ΣΕΣΜΕ με τα ενιαία ποσοστά των παροχών και λοι-

πών εκπτώσεων που θα πρέπει να μεταφέρονται στο τιμολόγιο, δεδομένου ότι στη συντριπτική τους πλειοψηφία διαμορφώνουν ένα τιμολογιακό κόστος, συστηματικά κατά πολύ μεγαλύτερο του πραγματικού κόστους με το οποίο τα σούπερ μάρκετ προμηθεύονται τα εν λόγω προϊόντα, αποτελεί ευθεία παρέμβαση στο επίπεδο τιμών της αγοράς, στο μέτρο που διευρύνεται τεχνητά το εύρος της ζώνης που διαφεύγει των ανταγωνιστικών πιέσεων στη βάση της προαναφερθείσης διατάξεως του άρθρου 24 του Ν.2941/01. Εν ολίγοις, ο ενιαίος κατάλογος, για τη μεταφορά επί τιμολογίου ποσοστού παροχών εκτός τιμολογίου, που καταρτίστηκε από τον ΣΕΣΜΕ μειώνει τεχνητά το πεδίο δράσης του ανταγωνισμού στο επίπεδο του λιανεμπορίου περιορίζοντας τις δυνατότητες μείωσης των τιμών στο επίπεδο αυτό.

Η πάγια νομολογία του ΔΕΚ/ΠΕΚ (Απόφαση ΔΕΚ 45/85, Verbrand der Versicherer κατά Επιτροπής, Συλλογή 1987, σελ. 405) ερμηνεύει τις διατάξεις του άρθρου 81 της ΣυνθΕΚ κρίνοντας ότι: "είναι περιττό να εξετάζονται τα συγκεκριμένα αποτελέσματα μιας συμφωνίας ή αποφάσεως κάποιας ένωσης επιχειρήσεων, εφόσον είναι προφανές ότι αποσκοπεί στον περιορισμό, στην παρεμπόδιση ή τη νόθευση του ανταγωνισμού".

Εφόσον δηλαδή στην προκειμένη περίπτωση αποδεικνύεται πλήρως ο αντιανταγωνιστικός χαρακτήρας της συμπεριφοράς του ΣΕΣΜΕ, είναι per se απαγορευμένος και δεν απαιτείται οποιαδήποτε περαιτέρω έρευνα για τα συγκεκριμένα αποτελέσματα που επέφερε η εν λόγω συμπεριφορά.

Γ. Στοιχειοθέτηση απαγορευμένης σύμπραξης από τις συναντήσεις του Sofitel.

1. Στη συγκεκριμένη περίπτωση τεκμηριώνεται:

1.1 Ύπαρξη, όχι απλώς έμμεσης, άλλα άμεσης επαφής (μέσω τακτικών συναντήσεων που αποσκοπούσαν στη συζήτηση κρίσιμων θεμάτων εμπορικής πολιτικής) μεταξύ των 7 σούπερ μάρκετ κατά την οποία ανταλλάχθηκαν εκατέρωθεν πληροφορίες (που εύλογα κρίνονται ως αφορώσες επαγγελματικά απόρρητα ζητήματα) και αλληλοαποκαλυπτόταν η εμπορική πολιτική που η κάθε επιχείρηση είχε αποφασίσει ή είχε κατά νου να τηρήσει στην αγορά, κατεξοχήν ως προς τα εκπτωτικά προϊόντα (επίσης και για την απαρέγκλιτη εφαρμογή του ενιαίου καταλόγου) [υποθ. Rhoner-Poulenc, Τ1/89, Συλλογή 1991/ΙΙ-867, SUIKER UNI 16.2.1975 Συλλ. 1975, 508,551, Προπυλένιο 2.7.1999].

1. 2. Επιπρόσθετα, ύπαρξη (άρα κατάρτιση) σχεδίου για κοινή εμπορική πολιτική ως προς τα συγκεκριμένα θέματα (κατεξοχήν ως προς τα εκπτωτικά προϊόντα) δύναται να επηρεάσει την ελεύθερη ροή των εμπορικών ρευμάτων και να παρακωλύσει τον ανταγωνισμό.

1. 3. Περαιτέρω, πρακτική συνεργασία μεταξύ των 7 σούπερ μάρκετ για την αποτελεσματική εφαρμογή της ως άνω πολιτικής. Η ανωτέρω πρακτική συνεργασία συνίσταται και στην προσπάθεια επενέργειας σε κρίσιμη δομική συνιστώσα του συστήματος της εν λόγω αγοράς (κατεξοχήν μέσω κοινής απόπειρας επηρεασμού της εμπορικής συμπεριφοράς σημαντικών εκ των προμηθευτών της αγοράς των σούπερ μάρκετ, κατά τρόπο ευνοϊκό ως προς τα συμφέροντα των 7 σούπερ μάρκετ).

2. Η κατάφαση των ανωτέρω στοιχείων (1-3) αναμφίβολα συνεπάγεται:

2.1. Συντονισμό επιχειρηματικής δράσης μεταξύ περισσότερων επιχειρήσεων που ακόμη και εάν ήθελε κριθεί ότι δεν έχει φτάσει σε σύναψη ειδικής συμφωνίας αντικαθιστά ηθελημένα τους εγγενείς εμπορικούς κινδύνους του ανταγωνισμού (τουλάχιστον ως προς τα εκπτωτικά προϊόντα) με βεβαιότητα για την αναμενόμενη εμπορική συμπεριφορά των 7 ανταγωνιστών

2.2. Συντονισμό επιχειρηματικής δράσης μεταξύ περισσότερων επιχειρήσεων που αποβλέπει σε δημιουργία συνθηκών ανταγωνισμού στη συγκεκριμένη αγορά που αποκλίνουν ουσιωδώς από τους όρους του ελεύθερου ανταγωνισμού (κατεξοχήν ως προς την παρακώλυση της ελευθερίας εμπορικής δράσης των προμηθευτών)

2.3. Πληρούται επομένως η αντικειμενική και η υποκειμενική υπόσταση του άρθρου 1 Ν. 703/1977, δεδομένου ότι η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής περιλαμβάνει κάθε μορφή εκούσιου συντονισμού επιχειρήσεων, ο οποίος γίνεται προκειμένου να αρθούν - παραμερισθούν οι συνδεόμενοι με τη λειτουργία του ανταγωνισμού κίνδυνοι, μέσω της εν τοις πράγμασι αυτής πρακτικής συνεργασίας. Η από κοινού προετοιμασία και ο από κοινού καθορισμός της μελλοντικής συμπεριφοράς των συμπραττουσών επιχειρήσεων στη σχετική αγορά αποτελεί εναρμονισμένη πρακτική. Μπορεί δε να εμφανίζεται με τη μορφή αμοιβαίας γνωστοποίησης πληροφοριών για τη μέλλουσα συμπεριφορά τους στην αγορά.

Επιγραμματικά, είναι δυνατόν να λεχθεί ότι οποιαδήποτε συνεννόηση, άμεση ή έμμεση, ικανή να επηρεάσει την αυτονομία της βούλησης των επιχειρήσεων που δρούν στη σχετική αγορά, συνιστά εναρμονισμένη πρακτική.

Η ΕΠΑ στην απόφασή της 4/1980 κάνει λόγο για "συνεννόηση-σύμπραξη" μεταξύ των οινοπνευματοβιομηχάνων, ενώ στην ΕΠΑ 15/1981 ορίζει ως εναρμονισμένη πρακτική "μορφή συντονισμού μεταξύ επιχειρήσεων, που χωρίς να έχει εξιχθεί μέχρι την πραγματοποίηση μιας κατά κυριολεξία συμφωνίας, υποκαθιστά συνειδητά μια στην πράξη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων σε βάρος των ανταγωνιστών".

3. Στο γενικότερο πλαίσιο χάραξης κοινής πολιτικής και δράσης εντάσσονται και οι δύο συναντήσεις στο Sofitel.

3.1 Εάν πράγματι ο σκοπός των "διοργανωτών" των συναντήσεων ήταν η ανταλλαγή απόψεων για την αγορά, όπως υποστήριξαν στις προαναφερθείσες απαντητικές επιστολές τους, δεν αιτιολογείται γιατί δεν πραγματοποιήθηκαν αυτές σε επίπεδο Συνδέσμων (όπως άλλωστε είχε ρητά ζητήσει με επιστολή του ο ΣΕΒΤ) και γιατί δεν κλήθηκε η άλλη μεγάλη αλυσίδα σούπερ μάρκετ Carrefour. Η απάντηση που δόθηκε από τους εκπροσώπους των διοργανωτών ότι "δεν κλήθηκε εκπρόσωπος της Carrefour, γιατί μιλάει γαλλικά και όχι ελληνικά", δεν μπορεί να θεωρηθεί ως επαρκώς πειστική αιτιολογία. Αντιθέτως, ο αποκλεισμός εκπροσώπου της Carrefour από τις ανωτέρω συναντήσεις, δεδομένου ότι αν οι συναντήσεις γίνονταν σε επίπεδο συνδέσμων θα συμμετείχε, ενισχύει την άποψη που προέκυψε από τις συζητήσεις της Γραμματείας με εκπροσώπους προμηθευτριών εταιρειών που συμμετείχαν στις υπό κρίση συναντήσεις, ότι ο αληθής σκοπός αυτών των συναντήσεων ήταν, μεταξύ άλλων, η άσκηση πιέσεων προς τους προμηθευτές σχετικά με την τιμολογιακή τους πολιτική προς την ανωτέρω αλυσίδα.

3.2. Περαιτέρω, σαφής ήταν και η πρόθεση των "διοργανωτών" να ασκήσουν πιέσεις στους προμηθευτές προκειμένου να μην κατασκευάζουν προιόντα ιδιωτικής ετικέτας για τα εκπτωτικά καταστήματα (hard discounters) και συγκεκριμένα για τη γερμανική εταιρία Lidl που ήδη δραστηριοποιείται στην ανωτέρω σχετική αγορά αλλά και

προληπτικά ενόψει της έλευσης στην αγορά άλλης μεγάλης αλυσίδας εκπτωτικών καταστημάτων, της επίσης γερμανικής Tengelman Plus. Όπως, προέκυψε από καταθέσεις προμηθευτών, οι "διοργανωτές" εμφανίστηκαν στις συναντήσεις "ενοχλημένοι" από την άνοδο των μεριδίων αγοράς των εκπτωτικών καταστημάτων και αποφασισμένοι να "λάβουν μέτρα" για να αντιμετωπίσουν αυτό το "φαινόμενο". Εμμέσως πλήν σαφώς οι "διοργανωτές" απείλησαν τους προμηθευτές με αποκλεισμό τους από τα ράφια των αλυσίδων τους, σε περίπτωση συνεργασίας τους με τα εκπτωτικά αυτά καταστήματα.

3.3 Ανεξαρτήτως του εάν τελικά αυτή η "απειλή" είχε ως αποτέλεσμα τη συμμόρφωση των προμηθευτών με τις ανωτέρω "οδηγίες", γεγονός παραμένει ότι οι "διοργανωτές"- και θεωρητικά ανταγωνιστές μεταξύ τους- εμφανίστηκαν στις ανωτέρω δύο συναντήσεις με κοινές θέσεις και σαφώς διατυπωμένες κοινές προθέσεις για την επίλυση των κοινών "προβλημάτων" τους, με την αντιμετώπιση των ανταγωνιστικών αλυσίδων που διευρύνουν τα μερίδια σε βάρος τους. Στις συναντήσεις αυτές οι "διοργανωτές" ήρθαν σε διαβουλεύσεις με τους προμηθευτές που σκοπό είχαν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των τελευταίων στην αγορά ή να τους προκαλέσουν να αποκαλύψουν τη στάση που ο καθένας από αυτούς είχε κατά νού να τηρήσει στην εν λόγω αγορά, συμπράττοντας μεταξύ τους (Απόφαση Πρωτοδικείου ΕΚ Rhoner-Poulenc, T1/89, Συλλογή 1991/II-867).

4. Στη διαμόρφωση της ως άνω ουσιαστικής κρίσης περί των κυρίων ζητημάτων των συζητήσεων στο SOFITEL και της ενιαίας τάσης των διοργανωτών συνέβαλε εξ ίσου η αξιολόγηση και των κάτωθι αποδεικτικών στοιχείων, ενόρκων και ανωμοτί καταθέσεων, εγγράφων και μαρτυριών ενδεικτικώς :

4.1. Ο Εμ. Αποστόλου κατά την ένορκη κατάθεση του στις 17.9.2004, σε ερώτηση της Γραμματείας της Ε.Α. για αναφορά στην αλληλογραφία του Συνδέσμου για πολυεθνικές αλυσίδες που διενεργούν πωλήσεις κάτω του κόστους, απάντησε ότι: "Με επιφύλαξη, λόγω της παρωχημένης ημερομηνίας, η εταιρεία που άρχισε να πουλάει κάτω του κόστους στην προσπάθειά της να μονοπωλήσει την ελληνική αγορά είναι η CARREFOUR. ... Το τελευταίο χρονικό διάστημα που η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει ασχοληθεί με την έρευνα για τον ανταγωνισμό στον κλάδο των Σούπερ Μάρκετ στην Ελλάδα, η συγκεκριμένη εταιρεία (CARREFOUR) εμφανίζεται ακόμη πιο προκλητική, εμφανιζόμενη δήθεν ως υπερασπιστής του καταναλωτή. Αναφέρομαι σχεδόν σε όλα τα προϊόντα ευρείας κατανάλωσης (τρόφιμα, απορρυπαντικά, χαρτικά, καλλυντικά, ποτά κλπ)"

4.2. Στην από 13.07.2004 ανωμοτί κατάθεση του Εμ. Αποστόλου, Διευθυντή της εταιρείας ΑΤΛΑΝΤΙΚ, αναφέρεται ότι :

"Είχαμε προβληματισμό στον κλάδο για κάποια προϊόντα που πωλούνται ως προϊόντα της κοινής αγοράς χωρίς να ξέρουμε από πού προέρχονται και γιατί πωλούνται σε κάποιες τιμές χαμηλές. .... Τον προβληματισμό τον είχαμε εμείς .... Δεν έγινε καμία κουβέντα για Carrefour και LIDL στη συζήτηση σε σχέση με τις πωλήσεις κάτω του κόστους". Επίσης ανέφερε ότι "Ο Γ/Δ της Carrefour δεν μιλά καλά Αγγλικά και η επικοινωνία μας είναι και σε επίπεδο ΣΕΣΜΕ εξαιρετικά δύσκολη. Ποτέ δεν έχει φέρει μεταφραστή στις συναντήσεις μας Δεν ξέρω αν είχαμε καλέσει την Carrefour".

4.3. Στην από 20.8.2004 επιστολή του προς τη Γραμματεία, ο Εμ. Αποστόλου αναφέρει ότι συζητήθηκαν τα παρακάτω θέματα : 1) Το θέμα του κατακλυσμού της ελληνικής αγοράς από προϊόντα αμφίβολης ποιότητας 2) Το θέμα της παραγωγής στην Ελλάδα προϊόντων χαμηλότερης ποιότητας και τιμής που θα διατεθούν σε όλους ανεξαιρέτους τους λιανεμπόρους, 3) Το θέμα της ενίσχυσης των πωλήσεων των επώνυμων προϊόντων καθώς και το θέμα των πωλήσεων κάτω του κόστους που απαξιώνει τα επώνυμα προϊόντα, 4) Το θέμα των παραπλανητικών διαφημίσεων που ξεγελούν τον καταναλωτή, 5) Το θέμα του τρόπου αντιμετώπισης της κρίσεως στην αγορά γενικά και 6) Το θέμα της τροφοδοσίας των καταστημάτων μας κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων.

4.4. Στην από 8.07.2004 ανωμοτί κατάθεση του Κων/νου Μαχαίρα, Γενικού Διευθυντή της εταιρείας Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, αναφέρεται ότι :

"Νομίζω ότι είχε κληθεί η Carrefour, αλλά δε ξέρω γιατί δεν ήρθε. Η συνάντηση έγινε διότι υπήρχε αναταραχή στον κλάδο για τα προϊόντα own label..... Ο υπεύθυνος της Carrefour πιθανόν να κλήθηκε, αλλά συνήθως δε πάει σε τέτοιες συναντήσεις γιατί δε μιλάει ελληνικά..... Ομολογώ ότι, η συνάντηση στο SOFITEL, δεν έπρεπε να γίνει έτσι, αλλά μέσω ΣΕΣΜΕ. Αν καλούσαμε σαν ΣΕΣΜΕ θα έρχονταν όλα τα μέλη του ΣΕΣΜΕ και όλοι οι προμηθευτές και δεν θα βγάζαμε νόημα, επειδή το group θα ήταν πολύ μεγάλο..... Κάναμε το λάθος ότι ο ΣΕΣΜΕ δεν ανέλαβε την πρωτοβουλία....".

4.5. Στην από 13.07.2004 ανωμοτί κατάθεση του Αρ. Παντελιάδη, Διευθύνοντος Συμβούλου της ΜΕΤΡΟ, αναφέρεται ότι :

" ... Πήρα προσωπικά κάποιους προμηθευτές και τους είπα χωρίς γραπτή agenda ότι θα συζητήσουμε για τα προβλήματα της αγοράς, για την ύφεσή της και για τις ζοφερές προοπτικές της. Παραξενεύτηκαν γιατί η πρόσκληση ήταν εκτός ΣΕΣΜΕ. Στην πρώτη συνάντηση δεν ήρθαν όλοι γιατί υπήρχε κάποιος δισταγμός. Στη δεύτερη ήρθαν όλοι σε τρία group, για να μπορούμε να συζητήσουμε ουσιαστικά....... Η αγορά έχει πτωτικές τάσεις. Αυτό οφείλεται αφενός στην οικονομική κατάσταση των αγοραστών και αφετέρου στην μετατόπιση τζίρου σε εκπτωτικά καταστήματα. ... Θελήσαμε κάτι να κάνουμε όλοι μαζί για να αναστρέψουμε την κατάσταση αυτή .... Αν μπορούσαμε να δράσουμε όλοι ως ένας, ίσως θα μπορούσαμε να πιέσουμε ωμά τους προμηθευτές.... Η LIDL δεν εκλήθη διότι δεν συμμετέχει πουθενά. Δεν ξέρουμε ποιος την εκπροσωπεί. Τα γραφεία της ήταν παλιά στη Σίνδο και σήμερα στη Θεσσαλονίκη. .... Για την Carrefour ο λόγος ήταν διαφορετικός. Το α΄ και β΄ επίπεδο διοίκησης της Carrefour είναι ξένοι, που δεν μιλούν ελληνικά και σπάνια εμφανίζονται . Με εκείνον που την εκπροσωπεί συνήθως έχουμε καλές σχέσεις. Ο Γ/Δ της συνεπώς δεν μπορούσε να έρθει και εμείς δε θέλαμε συμμετοχή κάποιου που θα έπρεπε από την εταιρεία να ρωτήσει για να δεσμεύσει την εταιρεία του. .... Η Carrefour έχει κάτω από 25% μερίδιο πιστεύω, εμείς οι λοιποί, συνολικά περίπου 40%."

4.6. Στην από 8.07.2004 ανωμοτί κατάθεση του Γρ. Παπαδόπουλου, Διευθύνοντα Συμβούλου της εταιρείας ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε., αναφέρεται ότι :

"... Ο λόγος που τους καλέσαμε ήταν η πτώση των πωλήσεων στην συγκεκριμένη αγορά..... Οι προμηθευτές παρακινήθηκαν να φτιάξουν προϊόντα own label ποιοτικότερα και φθηνότερα για να ανταγωνίζονται τα εισαγόμενα. "

4.7. Στην έκθεση των αρμοδίων υπαλλήλων της Γραμματείας προς τον Πρόεδρο της Ε.Α., που αφορά την ανωμοτί κατάθεση της 30.6.2004 του Σπ. Ρουχίτσα, Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρίας UNILEVER HELLAS AEBE αναφέρεται ότι :

Στις προαναφερόμενες συναντήσεις του "SOFITEL", ο εκπρόσωπος της εταιρίας UNILEVER HELLAS AEBE που παρέστη στη δεύτερη συνάντηση, ήτοι στις 23.4.2004, ήταν ο Ασλανίδης, Διευθυντής Πωλήσεων και όχι ο Ρουχίτσας, Πρόεδρος και Δ/νων Σύμβουλος αυτής. Ωστόσο ο Ρουχίτσας δήλωσε ότι ο ίδιος ήταν σε θέση να τους ενημερώσει για το περιεχόμενό της συνάντησης, αφού ο Ασλανίδης τον είχε ιεραρχικά αρμοδίως ενημερώσει.

Στο πρώτο ερώτημα που υποβλήθηκε στον ερωτώμενο για το θέμα της συνάντησης στο ξενοδοχείο SOFITEL , ο Ρουχίτσας τόνισε ότι "ό,τι έγραφε το ΒΗΜΑ" ήταν αλήθεια. Οι προμηθευτές και οι αλυσίδες συναντήθηκαν και συζήτησαν τα μεταξύ τους προβλήματα.

Σε ερώτημα, για το αν οι οικοδεσπότες της συνάντησης -αλυσίδες- πίεσαν με κάποιο τρόπο τους προμηθευτές, ή θέλησαν να περάσουν κάποια μηνύματα προς αυτούς, ο Ρουχίτσας απάντησε ότι, οι ιδιοκτήτες σούπερ μάρκετ διατύπωσαν προς τους προμηθευτές εκφράσεις όπως :

- φτιάχτε τις τιμές, γιατί αλλιώς θα υπάρχει "δυσφορία" από εμάς
- δεν σας βάζουμε καινούρια προϊόντα
- θα σας βγάλουμε κάποια προϊόντα
- δεν θα σας κάνουμε προβολές.

4.8. Στην έκθεση των αρμοδίων υπαλλήλων προς τον Πρόεδρο της Ε.Α. που αφορά την ανομωτί κατάθεση της 29.6.2004 του Γ. Καλύβα, Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρείας ΔΕΛΤΑ Α.Ε., αναφέρεται ότι :

Ήταν παρών στη δεύτερη συνάντηση ... Προσκλήθηκε από τον Νίκο Βερόπουλο τηλεφωνικά ... τα θέματα συζήτησης ήταν δύο. Το ένα θέμα αφορούσε την Carrefour σε σχέση με την ισχύ του νόμου περί πωλήσεων κάτω του τιμολογιακού κόστους αγοράς και το δεύτερο θέμα αφορούσε τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.... Οι οικοδεσπότες της συνάντησης, τόνισαν στους παρευρισκόμενους προμηθευτές να συνεχίσουν να φτιάχνουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που ήδη φτιάχνουν για αυτούς, αλλά να μην κάνουν τέτοια προϊόντα στις εκπτωτικές εταιρίες όπως π.χ. για την εταιρεία LIDL, ή για άλλες τέτοιες εταιρίες.

4.9. Στην από 10.09.2004 ανομωτί κατάθεση του Ι. Σιαμπάνη, Διευθυντή Πωλήσεων της FRIESLAND HELLAS AEBE, αναφέρεται ότι:

"Ήμουν όμως παρών στη δεύτερη συνάντηση... Συζητήθηκε και το θέμα του "σπασίματος" των τιμών από την Carrefour. Δηλαδή οι πωλήσεις κάτω του κόστους, που καταστρέφουν τη φήμη για τα επώνυμα προϊόντα και οι εταιρείες που τα έχουν δεν τις επιτρέπουν και δεν τις θέλουν. Μας ζητήθηκε απλώς να μην καταστρέψουμε τις αγορές".

4.10. Στην έκθεση των αρμοδίων υπαλλήλων της Γραμματείας προς τον Πρόεδρο της Ε.Α. που αφορά την ανωμοτί κατάθεση της 1.7.2004 του Ι. Τισσίζη, Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρίας "ΕΛΑΙΣ ΑΕ", αναφέρεται ότι :

Παρευρέθηκε στη δεύτερη συνάντηση του SOFITEL, στις 23.4.04, κατόπιν τηλεφωνικής πρόσκλησης από τον Αρ. Παντελιάδη.

Σε ερώτηση της Γραμματείας για το περιεχόμενο της συνάντησης, ο Τισίζης απάντησε ότι τα θέματα συζήτησης ήταν τα εκπτωτικά καταστήματα, οι πωλήσεις προϊόντων κάτω του τιμολογιακού κόστους, καθώς επίσης και ζητήματα διανομής των προϊόντων κατά την περίοδο των ολυμπιακών αγώνων.

Σύμφωνα με τον Τισίζη, στη συνάντηση, οι αλυσίδες εξέφρασαν την αγωνία τους για την εξάπλωση των εκπτωτικών καταστημάτων, μετέφεραν εμπειρίες τους από το εξωτερικό και ρώτησαν τους βιομήχανους κατά πόσο επιθυμούν την είσοδό τους στα καταστήματα αυτά.... Κάποιοι προμηθευτές είπανε στους ιδιοκτήτες αλυσίδων ότι αν χρειαστεί μπορεί να δοθεί φασόν στην LIDL. Οι αλυσίδες δεν είδαν το θέμα θετικά και εξέφρασαν τη δυσαρέσκειά τους στις περιπτώσεις μελλοντικής συνεργασίας προμηθευτών - εταιρίας LIDL. Με βάση τα λεγόμενα του Τισίζη, μια έκφραση που ειπώθηκε στους βιομήχανους ήταν "ε! καταλαβαίνεις ότι δεν μας αρέσει ιδιαίτερα να δώσεις προϊόντα".

Για το θέμα των πωλήσεων προϊόντων κάτω του τιμολογιακού κόστους, ο Τισίζης ανέφερε ότι υπάρχουν αλυσίδες οι οποίες παρά την ψήφιση του νόμου, πουλάνε κάτω απ΄ αυτό. Επίσης δήλωσε ότι κατά την συνάντηση, οι ιδιοκτήτες σούπερ μάρκετ προσπαθούσανε επιμελώς να μην αναφέρουν το όνομα της Carrefour, παρόλο που αυτό "φωτογραφιζόταν" και ζητήσανε και από την βιομηχανία να επεμβαίνει όταν υπάρχουν τέτοιου είδους πωλήσεις.

4.11. Στην από 1.07.2004 ανομωτί κατάθεση του Λ. Παπακοσμά, της Procter & Gamble, αναφέρεται ότι :

"........ θέμα της συζήτησης ήταν η έλευση των εκπτωτικών καταστημάτων .... Τέθηκε το ερώτημα αν θα συνεργασθούν με τα discount... Οι αλυσίδες θα θέλανε όχι. Ο Βερόπουλος σχολίασε αν του μιλάει για μελλοντική συνεργασία ....Συμπέρασμα .. Μη τροφοδοτείτε με extra παροχές αλυσίδες που παραβιάζουν τις τιμές ...... Δεν ακούστηκε το κόψιμο αλυσίδων.

4.12. Στην από 16.09.2004 ανομωτί κατάθεση του Στ. Καρατζά, Διευθυντή Ανάπτυξης της εταιρείας Pepsico-HBH, αναφέρεται ότι :

"Στην πρώτη συζήτηση δύο ήταν τα θέματα. Η εξάπλωση στην Ελλάδα καταστημάτων discount στην Ελλάδα και η συμπεριφορά μας προς την Carrefour. Η ερώτηση ήταν αν προτιθέμεθα να πωλήσουμε προϊόντα στις εκπτωτικές αλυσίδες που ήδη υπάρχουν και σε αυτές που πιθανόν να έρθουν. Εμείς ως εταιρεία δεν τοποθετηθήκαμε. Η τοποθέτηση ως προς το πρώτο θέμα μεταξύ των λιανεμπόρων ήταν κοινή. ... Η άλλη πλευρά, θα ήθελε μία όσο το δυνατόν πιο ξεκάθαρη απάντηση. ..... Δεν τέθηκε θέμα μειωμένων παροχών ή εκπτώσεων προς τα discount stores, αλλά το βασικό ερώτημα του κατά πόσο θα υπάρξει συνεργασία εν γένει. Ως προς το Carrefour...... Από εμάς ήθελαν την άποψη/δέσμευση για το τι προτιθέμεθα να κάνουμε με την πολιτική αυτή..... Στη δεύτερη συζήτηση...... Πρόβλημα δημιουργήθηκε με ένα φυλλάδιο του Carrefour με φθηνό προϊόν της Lever. Ο εκπρόσωπος της Lever είπε ότι και σε αυτούς δίνονται προσφορές, ίσως άλλου είδους και ότι δε θα πρέπει να αξιολογούνται οι προσφορές φωτογραφικά, αλλά σε βάθος χρόνου. Οι οικοδεσπότες δε πιστεύω ότι πείστηκαν"

4.13. Στην από 9.09.2004 ανομωτί κατάθεση του Γρ. Γρηγοριάδη, Προϊσταμένου Πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αναφέρεται ότι :

"Τα θέματα της συζήτησης ήταν η είσοδος των καταστημάτων discount στην Ελλάδα, όπως η LIDL και τις ανακατατάξεις που συνεπάγεται αυτό... .... Όμιλοι αγορών

υπάρχουν ήδη στην ελληνική αγορά. Δεν υπέπεσε στην αντίληψή μου πρόθεση των διοργανωτών να ιδρύσουν όμιλο αγορών ή πρόθεση πραγματοποίησης παράλληλων εισαγωγών από αυτούς σε περίπτωση που δεν μειωθούν οι εκπτώσεις ή παροχές προς τα discount stores. Ειπώθηκε όμως ότι αν υπάρχουν καλύτερες τιμές προμήθειας από το εξωτερικό, θα πάρουν από εκεί και όχι από θυγατρική ελληνική. Είναι κάτι το οποίο μπορεί να γίνει και γίνεται, συνεπώς δεν το εξέλαβα ως απειλή...".

4.14. Στην από 14.09.2004 ανομωτί κατάθεση του Δ. Κατσάρα, Διευθυντή Πωλήσεων της NESTLEE, αναφέρεται ότι :

".. Πρόβλημα υπάρχει με τη μεταφορά τζίρου από τα άλλα σούπερ μάρκετ στα εκπτωτικά καταστήματα. Εμείς δε συνεργαζόμαστε με αυτά μέχρι στιγμής. Ο μόνος τρόπος συνεργασίας ενός προμηθευτή θα ήταν φασόν. Μου ζήτησαν συνεργασία αλλά δε μπόρεσα να τους εξυπηρετήσω για το εργοστάσιό μας καλύπτει τις ανάγκες μας και μόνο..... Υπήρξε ένα σχετικά "βαρύ κλίμα, όσον αφορά τις τιμές και τις παροχές γενικότερα".

4.15. Στην από 30.06.2004 ανομωτί κατάθεση του Γ. Ευσταθόπουλου, της εταιρείας ΜΕΛΙΣΣΑ-ΚΙΚΙΖΑΣ, αναφέρεται ότι :

"Ο Νίκος Βερόπουλος τον κάλεσε τηλεφωνικά για τη συνάντηση Απριλίου. Τα private labels ήταν άλλο ένα θέμα συζήτησης στη συνάντηση. Η συζήτηση στάθηκε περισσότερο σε αυτό."

4.16. Στην από 24.06.2004 ανομωτί κατάθεση της Π. Αργυροπούλου, από την CHIPITA, αναφέρεται ότι :

"Ήταν στη συνάντηση που έγινε τον Απρίλιο στο SOFITEL. .... Το γενικό θέμα της συνάντησης αφορούσε προβληματισμούς για την εξέλιξη της αγοράς και θέματα για private label προϊόντα. ..... Private label προϊόντα έχουμε μόνο στα πατατάκια (10% του κύκλου εργασιών μας) που δίνουμε στα Carrefour και στην Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ".

5. Οι ανωτέρω καταθέσεις, ερμηνευόμενες συνδυαστικά με τα υπόλοιπα στοιχεία που συνέλεξε η Γραμματεία της Ε.Α. τόσον από το ξενοδοχείο "Sofitel Athens Airport" όσο και από την αλληλογραφία στα γραφεία του ΣΕΣΜΕ και του ΣΕΒΤ για τις προαναφερόμενες συζητήσεις, επιβεβαιώνει την αποδιδόμενη παράβαση της απαγορευμένης σύμπραξης.

Η εκ των υστέρων διαφοροποίηση ή και ανάκληση των κατατεθέντων από μερικούς μάρτυρες δεν κρίνεται από την Επιτροπή ως πειστική και ειλικρινής, πολύ περισσότερο μάλιστα που οι εν λόγω μάρτυρες είχαν λάβει από καιρό αντίγραφα κατ΄ οίκον των καταθέσεων τους, η δε ανάκληση έγινε οψίμως αμέσως μετά την αίτηση γνωστοποίησης των ονομάτων τους από τους εκπροσώπους των καθ΄ ών αλυσίδων.

Περαιτέρω, σημειώνεται ότι οι συμπράττουσες αλυσίδες είναι οι μεγαλύτερες της ελληνικής αγοράς, με συνολικό μερίδιο αγοράς στην ελληνική επικράτεια άνω του 50% περίπου, γεγονός που καθιστά ιδιαίτερα επικίνδυνη από πλευράς ανταγωνισμού οποιαδήποτε μεταξύ τους συσπείρωση και εναρμονισμένη πρακτική, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε ολιγοψωνιακή ισχύ τους στην αγορά και εξαναγκασμό των προμηθευτών τους στις αιτηθείσες παραχωρήσεις.

Η ανωτέρω συμπεριφορά των "διοργανωτών" αποτελεί κατά την άποψη της Επιτροπής Ανταγωνισμού συμπεριφορά αντίθετη στο άρθρο 1 παρ.1 του Ν.703/77 και του άρθρου 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ., δεδομένου ότι συνίσταται στην εναρμονισμένη πρακτική των επτά επιχειρήσεων με σκοπό να επιτύχουν τον αποκλεισμό ανταγωνιστών (άλλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ και εκπτωτικών καταστημάτων) από την αγορά μέσω της άσκησης πιέσεων και απειλών κυρώσεων προς τους προμηθευτές για να μην διαθέτουν και να μην παράγουν τα προιόντα τους σε αυτούς και για λογαριασμό τους (Op.cit. Ritter-Braun, σελ. 205-206).

Δ. Επίδραση στο διακοινοτικό εμπόριο

Κατά πάγια νομολογία, για να μπορεί μια απόφαση, συμφωνία ή σύμπραξη να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυνητική επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγματοποίηση ενιαίας αγοράς μεταξύ κρατών μελών (βλ. αποφάσεις του Δικαστηρίου της 29ης Οκτωβρίου 1980, 209/78 έως 215/78 και 218/78, Van Landewyck κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή τόμος 1980/ΙΙΙ, σ. 207, σκέψη 170, και της 17ης Ιουλίου 1997, C-219/95 P, Ferriere Nord κατά Επιτροπής, σκέψη 20).

Η έννοια της επίδρασης στα εμπορικά ρεύματα έχει ερμηνευθεί κατά τέτοιο τρόπο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το ΔΕΚ ώστε να μη σημαίνει μόνο τον περιορισμό ή τη μείωση του εμπορίου αλλά οποιαδήποτε διαφοροποίηση των εμπορικών ρευμάτων που ενδεχομένως μπορεί να περιλαμβάνει και την αύξηση του εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών. Συνεπώς, η επίδραση στα εμπορικά ρεύματα δεν ταυτίζεται με την έννοια της στεγανοποίησης των εθνικών αγορών αλλά είναι σαφώς ευρύτερη.

Συναφώς, επισημαίνεται ότι οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές που καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός των κρατών μελών έχει εξ ορισμού ως αποτέλεσμα την παρακώλυση της οικονομικής αλληλοδιεισδύσεως που επιδιώκεται με τη Συνθήκη (βλ.αποφάσεις Vereniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, σκέψη 29, και Remia κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψη 22· απόφαση του Πρωτοδικείου της 21ης φεβρουαρίου 1995, Τ-29/92, SPO κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 1995, σ. ΙΙ-289, σκέψη 299).

Εν προκειμένω, δεν αμφισβητείται ότι ο κατάλογος μεταφοράς ποσοστού εκπτώσεων που κατήρτισε μονομερώς ο ΣΕΣΜΕ, αφορά προμηθεύτριες εταιρείες με τις σημαντικότερες πωλήσεις, των οποίων τα προϊόντα χαρακτηρίζονται ως προϊόντα ευρείας κατανάλωσης (σύμφωνα με τις δηλώσεις της εξουσιοδοτημένης Επιτροπής του ΣΕΣΜΕ) εφαρμόζεται δε στο σύνολο του ελληνικού εδάφους. Συνεπώς, η περιοριστική αυτή πρακτική του ανταγωνισμού επηρεάζει, εξ ορισμού, το διακρατικό εμπόριο. Περαιτέρω σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας AC NIELSEN, οι δεκαπέντε (15) περίπου εισαγωγικές προμηθευτικές επιχειρήσεις, θυγατρικές πολυεθνικών εταιρειών έχουν συγκριτικά περισσότερες πωλήσεις προϊόντων ευρείας κατανάλωσης από τις εικοσιπέντε (25) περίπου ελληνικές βιομηχανίες και οι συνολικές πωλήσεις των προϊόντων αυτών από τις παραπάνω αντιπροσωπεύουν το 60% περίπου των πωλήσεων των αλυσίδων σουπερμάρκετ.

Εξάλλου, ο κατάλογος υποδεικνύει συγκεκριμένες εκπτώσεις σε συγκεκριμένα προϊόντα προορισμένες να

εφαρμόζονται από το σύνολο των σούπερ μάρκετ. Ως συνέπεια του έμμεσου αυτού καθορισμού τιμών (εφόσον ο ΣΕΣΜΕ καθορίζει τις κατώτατες τιμές), είναι σαφές ότι το επίπεδο αυτών των τιμών μπορεί να διατηρηθεί μόνο εφόσον ο ΣΕΣΜΕ ελέγχει την πώληση από τα σούπερ μάρκετ προϊόντων που δεν ανταποκρίνονται στα συγκεκριμένα επίπεδα τιμών που θέτει ο "κατάλογος". Είναι προφανές ότι η προσπάθεια αποκλεισμού από την αγορά των εκπτωτικών καταστημάτων από μέλη του ΣΕΣΜΕ απορρέει και αποτελεί συνέχεια της προσπάθειας διατήρησης του συγκεκριμένου επιπέδου τιμών.

Συνεπώς, η ανωτέρω αναλυτικά αναφερόμενη παράβαση του ΣΕΣΜΕ αποτελεί ταυτόχρονα και παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ, που είναι άμεσα εφαρμοστέο από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού σύμφωνα με την πάγια νομολογία του ΔΕΚ.

Ε. Όμως ένα μέλος της Επιτροπής τόσο επί των πραγματικών περιστατικών όσο και επί των νομικών εκτιμήσεων διετύπωσε τις εξής απόψεις :

Ι. Από τα στοιχεία του φακέλου, την ακροαματική διαδικασία, τις προσαχθείσες ένορκες βεβαιώσεις και όσα είναι γνωστά στην Επιτροπή, προέκυψαν κατά την άποψη της μειοψηφίας σε σχέση με την πρώτη μομφή που η Γραμματεία απευθύνει προς τον ΣΕΣΜΕ ("λίστα"), τα ακόλουθα :

1. Βάσει αγορανομικής διατάξεως, βιομηχανικές επιχειρήσεις, μεταξύ των οποίων και αυτές ειδών ευρείας καταναλώσεως, καταθέτουν στο Υπουργείο Ανάπτυξης (ΥΠΑΝ) τους τιμοκαταλόγους τους, δηλ. τους καταλόγους με τις τιμές χονδρικής πωλήσεως προς το λιανεμπόριο, ώστε το Υπουργείο να παρακολουθεί την εξέλιξη των τιμών χονδρικής. Στους τιμοκαταλόγους αυτούς, τους οποίους οι βιομήχανοι αποστέλλουν και στους πελάτες τους, κατά κανόνα δεν περιλαμβάνονται οι "εκπτώσεις", δηλ. οι ποσοστιαίες μειώσεις των τιμών τιμοκαταλόγου, τις οποίες κάθε βιομηχανική επιχείρηση παρέχει στους πελάτες της ατομικά. Η πρακτική αυτή της μη αποκαλύψεως των εκπτώσεων ακολουθείται από τις βιομηχανίες, ώστε να αποτραπεί ο κίνδυνος να διαρρεύσουν τα στοιχεία αυτά, και επομένως ουσιαστικά οι τελικές τιμές χονδρικής πωλήσεως, προς τους ανταγωνιστές της εκάστοτε επιχειρήσεως, προς βλάβη της και βλάβη του ανταγωνισμού, αφού έτσι αποκαλύπτεται βασικό στοιχείο του ανταγωνισμού. Η τήρηση δηλ. μυστικών των εκπτώσεων αποτελεί στοιχείο του ανταγωνισμού. Όπως δε ειδικώς προέκυψε και από τις καταθέσεις των μαρτύρων κατά την ακροαματική διαδικασία, οι εκπτώσεις αυτές είναι διαφόρων ειδών, όπως λ.χ. η έκπτωση που δίδεται ευθύς εξ αρχής με την αγορά οιασδήποτε ποσότητας, η έκπτωση που δίδεται λόγω επιτεύξεως ορισμένου όγκου πωλήσεων, η έκπτωση λόγω πληρωμής τοις μετρητοίς κλπ. Ειδική κατηγορία αποτελούν οι λεγόμενες "παροχές", δηλ. οι προαναφερθείσες υπηρεσίες προβολής των προϊόντων του παραγωγού, τις οποίες παρέχει το λιανεμπόριο, οπότε, με την υλοποίηση της προβολής προωθήσεως ο παραγωγός καταβάλλει την αντιπαροχή του (χρήματα) στον λιανέμπορο, ο οποίος εκδίδει προς τούτο δελτίο παροχής υπηρεσιών. Και αυτό το στοιχείο ανταγωνισμού η Βιομηχανία το κρατά μυστικό και δεν το περιλαμβάνει στον τιμοκατάλογο που κατατίθεται στο ΥΠΑΝ. Κάθε φορά τέλος που μία βιομηχανική επιχείρηση μεταβάλει τις τιμές της, καταθέτει στο ΥΠΑΝ νέον κατάλογο. Οι εκπτώσεις και οι παροχές συμφωνούνται μεταξύ παραγωγών και λιανεμπόρων κατά κανόνα λίγο πριν το τέλος εκάστου ημερολογιακού έτους και έχουν ισχύ κατά κανόνα ενός έτους.

2. Με το άρθρο 24 παράγρ. 1 του Ν. 2941/2001 ("Απλοποίηση διαδικασιών ίδρυσης εταιρειών, αδειοδότησης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, ρύθμιση θεμάτων της ΑΕ Ελληνικά Ναυπηγεία και άλλες διατάξεις", ΦΕΚ Α΄ 201/12.9.2001) ορίσθηκε ότι "απαγορεύεται η λιανική πώληση εμπορευμάτων σε τιμές κάτω του κόστους αγοράς όταν αυτή θέτει υπό διακινδύνευση ορισμένη αγορά ή θίγει κατά τρόπο ουσιώδη τις αρχές του ανταγωνισμού και τα συμφέροντα των καταναλωτών". Η ίδια διάταξη όρισε επίσης ότι "Ως κόστος αγοράς θεωρείται η τιμή μονάδας του προϊόντος, που αναγράφεται στο τιμολόγιο του προμηθευτή, αφαιρουμένων των εκπτώσεων, που αναφέρονται σε αυτό, συνυπολογιζομένων του ΦΠΑ και των λοιπών δασμών και φόρων, όπου υπάρχουν, καθώς και των μεταφορικών, εφ' όσον δεν εμπεριέχονται στην τιμολογιακή τιμή" (στοιχ. α). Σε περίπτωση παραβάσεως της υποχρεώσεως αυτής επιβάλλεται, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, κατόπιν εισηγήσεως της Επιτροπής Ανταγωνισμού, πρόστιμο μέχρι 0.5% επί των ακαθαρίστων ετησίων εσόδων του προηγουμένου έτους (παράγρ. 4). Η ισχύς τέλος της διατάξεως του άρθρου 24 αρχίζει από 1.1.2002 (παράγρ. 5).

Από την ρύθμιση αυτή, η οποία από πλευράς συστηματικής του δικαίου υπάγεται στο δίκαιο του αθεμίτου ανταγωνισμού και εισήχθη μετά από κοινή πρωτοβουλία των επιχειρήσεων της βιομηχανίας και του λιανεμπορίου με σύμφωνο γνώμη όλων των πολιτικών κομμάτων για λόγους προστασίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου και της παραγωγής από μεγάλες επιχειρήσεις (βλ. Πρακτικά της Βουλής επί του Νόμου 2941/2001, τροπολογία με γενικό άριθμό 616 και ειδικό 35 περί πωλήσεων κάτω του κόστους, parliament.gr/ergasiess/showfile.asp?file=Es 010823.txt) συνάγεται ότι ο νομοθέτης απαγορεύει σε εμπόρους λιανικής πωλήσεως να πωλούν τα προϊόντα τους σε τιμές κάτω της τιμής, η οποία αναγράφεται στο τιμολόγιο αγοράς μείον τις εκπτώσεις, οι οποίες επίσης αναγράφονται στο τιμολόγιο αυτό, δηλ. κάτω της τιμής κτήσεως. Η πώληση αυτή όμως είναι παράνομη (ως πράξη αθεμίτου ανταγωνισμού) όχι όταν απλώς γίνεται σε τιμή κάτω της τιμής κτήσεως, αλλά όταν επί πλέον δι' αυτής τίθεται υπό διακινδύνευση ορισμένη αγορά ή θίγονται κατά τρόπο ουσιώδη οι αρχές του ανταγωνισμού και τα συμφέροντα των καταναλωτών. Το πότε συμβαίνει αυτό είναι θέμα ερμηνείας. Κατά μία άποψη οι προϋποθέσεις αυτές πληρούνται όταν πρόκειται συστηματική και μαζική πώληση κάτω της τιμής κτήσεως με σκοπό την εξουθένωση των ανταγωνιστών (βλ. Νικ. Χριστοδουλάκης, Υπουργός Ανάπτυξης, Πρακτικά Βουλής, ό.π., βλ. επίσης παρόμοιο σκεπτικό σε σχέση με το άρθρο 1 Ν. 146/1914 περί αθεμίτου ανταγωνισμού σε 5319/24.5.2002 ΜονΠρωτΑθ, Σωματείο Διακινητών Οίνων και Ποτών Πειραιά και Γύρω Δήμων κατά ΜΕΤRΟ ΑΕΒΕ, προσκομισθείσα από την τελευταία αυτήν εταιρεία με το από 2.2.2005 υπόμνημά της (σελ. 2α/2β αποφάσεως). Σύμφωνα εξ άλλου με την τελευταία αυτή απόφαση προκύπτει ότι σε σχέση με το άρθρο 24 Ν. 2941/2001 δεν υφίσταται παραβίαση της διατάξεως αυτής όσο δεν πωλείται το προϊόν σε τιμή κάτω του πραγματικού κόστους. Ως πραγματικό κόστος ορίζεται από την απόφαση το κόστος, το οποίο διαμορφώνεται για κάθε προϊόν όταν από το τιμολογιακό κόστος, δηλ. από την τιμή κτήσεως που ανα-

γράφεται στο τιμολόγιο, αφαιρούνται οι κάθε είδους εκπτώσεις, τις οποίες ο προμηθευτής παρέχει στον έμπορο. Ως τέτοιες εκπτώσεις η απόφαση κατονομάζει (ενδεικτικώς) τις "ετήσιες εκπτώσεις λόγω συνολικού όγκου αγορών (τζίρου)" και αυτές "λόγω προσφοράς υπηρεσιών από την αγοράστρια επιχείρηση λιανικής πωλήσεως (προβολή των προϊόντων σε συγκεκριμένες θέσεις στα ράφια της επιχειρήσεως, καταχώρηση των προϊόντων σε διαφημιστικά φυλλάδια της επιχειρήσεως λιανικής πωλήσεως)" βάσει πιστωτικών τιμολογίων των προμηθευτών, εκπτώσεις, οι οποίες εκ των πραγμάτων δεν μπορούν να περιλαμβάνονται στα συγκεκριμένα τιμολόγια αγοράς (σελ. 2β-3β αποφάσεως). Με άλλα λόγια σύμφωνα με την απόφαση αυτή αθέμιτος είναι ο ανταγωνισμός υπό την έννοια του άρθρου 24 Ν. 2941/2001 όταν ο έμπορος λιανικής πωλήσεως πωλεί τα αγαθά του σε τιμές κάτω της τιμής που αναγράφεται στο τιμολόγιο αγοράς, αφαιρουμένων των πάσης φύσεως εκπτώσεων είτε αυτές αναγράφονται στο αρχικό τιμολόγιο αγοράς του συγκεκριμένου αγαθού είτε σε τιμολόγια που βάσει της φορολογικής νομοθεσίας εκδίδονται μεταγενεστέρως όπως είναι λ.χ. τα πιστωτικά σημειώματα που εκδίδει ο προμηθευτής για έκπτωση λόγω επιτεύξεως ορισμένου όγκου αγορών. Με τον τρόπο αυτόν η διάταξη του άρθρου 24 Ν. 2941/2001 ερμηνεύεται από την προαναφερθείσα απόφαση όπως η διάταξη του άρθρου 1 Ν. 146/1914 περί αθεμίτου ανταγωνισμού.

Ανεξαρτήτως του ποιά ερμηνεία είναι ορθότερη, αυτή του Μονομελούς Πρωτοδικείου Αθηνών ή η καταγεγραμμένη στα Πρακτικά της Βουλής, σύμφωνα με την οποία απαιτείται να πληρούνται περισσότερες προϋποθέσεις για να θεωρηθεί η πώληση ως αθέμιτη υπό την έννοια του άρθρου 24 Ν. 2941/2001, βέβαιον είναι ότι κοινός τόπος και των δύο είναι ότι δεν θεωρείται αυτομάτως αθέμιτος (και άρα απαγορευτέος) ο ανταγωνισμός σε τιμές κάτω από την τιμή κτήσεως, η οποία αναγράφεται στο τιμολόγιο, μείον την έκπτωση, η οποία επίσης αναγράφεται στο ίδιο τιμολόγιο. Με άλλα λόγια, κατά την άποψη της μειοψηφίας, το άρθρο 24 Ν. 2941/2001 δεν εισάγει κατώτατο δάπεδο στο ύψος της τιμή κτήσεως μείον την έκπτωση που αναγράφονται στο τιμολόγιο, και επομένως ο ανταγωνισμός κάτω από το επίπεδο αυτό επιτρέπεται, τουλάχιστον μέχρι το επίπεδο του πραγματικού κόστους, όπως αυτό ορίσθηκε ανωτέρω.

3. Παραλλήλως προς τις ζυμώσεις, οι οποίες οδήγησαν στην ψήφιση του άρθρου 24 του Ν. 2941/2001, έλαβαν χώρα συζητήσεις μεταξύ του Υπουργού Ανάπτυξης και των εκπροσώπων της βιομηχανίας τροφίμων και του λιανεμπορίου αλυσίδων, ήτοι του Συνδέσμου Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ) και του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος (ΣΕΣΜΕ), σε σχέση με την ανησυχία του Υπουργείου για αύξηση των τιμών ως αποτέλεσμα εισαγωγής του άρθρου 24 Ν. 2941/2001. Τούτο, διότι οι επιχειρήσεις εκείνες λιανικού εμπορίου, οι οποίες αγόραζαν ένα προϊόν στην τιμή του τιμοκαταλόγου (π.χ. 100 δρχ) χωρίς άμεση αρχική έκπτωση κατά την στιγμή της εκδόσεως του τιμολογίου, αλλά με παροχή εκπτώσεως π.χ. 25% σε μεταγενέστερο στάδιο, λ.χ λόγω επιτεύξεως ορισμένου όγκου πωλήσεων, και οι οποίες βάσει αυτής της εκπτώσεως και του γεγονότος ότι είχαν γενικά έξοδα (μισθούς, μισθώματα κλπ) λ.χ σε ύψος 15% πωλούσαν το προϊόν αυτό λ.χ. 95 δρχ, εκινδύνευαν να θεωρηθούν παραβάτες της νέας διατάξεως, εάν στο τιμολόγιο αγοράς δεν θα ανεγράφετο ένα ποσοστό εκπτώσεως τουλάχιστον 5%. Για να αποφύγουν λοιπόν την παράβαση του νόμου έπρεπε ή να αυξήσουν την τιμή πωλήσεως στις 100 δρχ ή να αναγράψει ο προμηθευτής τους επί του τιμολογίου την έκπτωση των 5 δρχ. Η ανησυχία αυτή επετείνετο από το γεγονός ότι από 1.1.2002 θα εισήγετο το ευρώ και στην Ελλάδα (υποχρέωση, η οποία επήγαζε από το κοινοτικό δίκαιο), γεγονός, το οποίο θα μπορούσε να οδηγήσει, πρώτα απ' όλα λόγω των στρογγυλοποιήσεων, σε περαιτέρω αύξηση των τιμών.

Για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών υπεγράφη στις 10.9.2001, δηλ. σχεδόν ταυτόχρονα με τον νόμο (ο τελευταίος δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ στις 12.9.01), η ήδη αναφερθείσα "Συμφωνία - Ανάληψη Δεσμεύσεων" μεταξύ του Υπουργού Ανάπτυξης, του Συνδέσμου Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ) και του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος (ΣΕΣΜΕ) και με το προαναφερθέν περιεχόμενο ("τριμερής συμφωνία"), μετά από συζητήσεις υπό την εποπτεία και με την ενεργό συμμετοχή του Υπουργείου Ανάπτυξης. Ιδιαιτέρως πρέπει να υπογραμμισθούν οι ρήτρες (1), (2) και (3) της Συμφωνίας. Η ρήτρα (1) καθορίζει τον στόχο. Σχετικώς οι εκπρόσωποι των δύο φορέων "Δεσμεύονται να μην επιτρέψουν....να αυξηθούν βραχυπρόθεσμα οι τιμές λιανικής πώλησης των εμπορευμάτων...". Οι ρήτρες (2) και (3) καθορίζουν τα μέσα προς επίτευξη του στόχου. Σύμφωνα με την ρήτρα (2) οι εκπρόσωποι των δύο φορέων "Δεσμεύονται επίσης μέχρι την εισαγωγή της νέας ρυθμίσεως την 1.1.2002 να προσαρμόσουν την εκπτωτική και τιμολογιακή τους πολιτική", δηλ. να αναγράφουν στο τιμολόγιο τις εκπτώσεις (εννοείται όσες εκ της φύσεώς τους μπορούν να αναγράφονται στο τιμολόγιο του παραγωγού), ενώ σύμφωνα με την ρήτρα (3) συμφωνούν "Να μεταφέρουν στο τιμολόγιο ή σε αντίστοιχη μείωση του τιμοκαταλόγου των προμηθευτών το ποσοστό των υπερβολικών παροχών και εκπτώσεων, το οποίο μεταφέρονταν ήδη στη τιμή λιανικής πώλησης προς όφελος του καταναλωτή.....", δηλ. συμφωνούν ότι οι προμηθευτές είτε θα μειώσουν τον τιμοκατάλογό τους κατά εκείνο το ποσοστό εκπτώσεως είτε θα αναγράφουν στο τιμολόγιο εκείνο το ποσοστό εκπτώσεως, το οποίο αντιστοιχεί στο ποσοστό που οι λιανέμποροι είχανε ήδη περάσει στην τιμή λιανικής πωλήσεως (προς τον τελικό καταναλωτή).

Σχετικά τέλος με αυτήν την Συμφωνία, το Υπουργείο Ανάπτυξης εξέδωσε Δελτίο Τύπου με ημερομηνία 10.9.2001, το οποίο έχει ως εξής : "Σύμφωνα με πρόσφατη διάταξη νόμου απαγορεύονται οι λιανικές πωλήσεις κάτω του κόστους αγοράς όταν αυτές θέτουν υπό διακινδύνευση ορισμένη αγορά ή θίγουν κατά τρόπο ουσιώδη τις αρχές του ανταγωνισμού και τα συμφέροντα των καταναλωτών. Σε σύσκεψη που πραγματοποιήθηκε σήμερα, παρουσία του Υπουργού Ανάπτυξης Ν. Χριστοδουλάκη, της υφυπουργού κας Μ. Αποστολάκη και των εκπροσώπων του ΣΕΒΤ και του ΣΕΣΜΕ Δ. Δασκαλάκη και Π. Παντελιάδη αντίστοιχα, υπεγράφη "Συμφωνία - Ανάληψη Δεσμεύσεων" με στόχο τη διατήρηση των τιμών των προϊόντων ευρείας κατανάλωσης. Πιο συγκεκριμένα οι φορείς της αγοράς δεσμεύονται να μην επιτρέψουν την βραχυπρόθεσμη αύξηση των τιμών, να προσαρμόσουν την εκπτωτική και τιμολογιακή τους πολιτική στις διατάξεις του νέου νόμου (και) να συνεργαστούν με το Υπουργείο Ανάπτυξης για την στενή παρακολούθηση των τιμών. Η Συμφωνία θα σταλεί ώστε να συνυπογραφεί και από άλ-

λουε φορείς της αγοράς, όπως ο ΣΕΛΠΕ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Λιανικών Πωλήσεων Ελλάδος) και ο ΕΣΒΕΠ (Ελληνικός Σύνδεσμος Βιομηχανικών Επωνύμων Προϊόντων)".

4. Από όλα τα ανωτέρω, καθώς και από τις καταθέσεις των μαρτύρων κατά την ακροαματική διαδικασία, επιβεβαιώνεται κατά την άποψη της μειοψηφίας ότι η τριμερής συμφωνία (την πρωτοβουλία για την υπογραφή της οποίας είχε η Πολιτεία δια του αρμοδίου Υπουργού και της αρμοδίας Υφυπουργού), είχε ως σαφή στόχο την εξυπηρέτηση δημοσίου συμφέροντος υψίστης σημασίας. Τούτο διότι η συγκράτηση του πληθωρισμού κάτω από το 3% αποτελούσε συμβατική υποχρέωση της Ελλάδος από την Συνθήκη του Μάαστριχτ και το Σύμφωνο Σταθερότητας, ενώ παράλληλα επέκειτο και η εκπλήρωση εκ μέρους της Ελλάδος και της υποχρεώσεώς της να εισαγάγει από 1.1.2002 το ευρώ. Αμφότερες οι υποχρεώσεις ήσαν υποχρεώσεις, οι οποίες επήγαζαν από το κοινοτικό δίκαιο, και επομένως είχαν απόλυτη προτεραιότητα έναντι άλλων στόχων της εσωτερικής έννομης τάξεως. Έτσι οι στόχοι αυτοί επ' ουδενί επετρέπετο να τεθούν σε κίνδυνο από την βεβαία αύξηση τιμών λόγω της εισαγωγής της ρυθμίσεως του άρθρου 24 Ν. 2941/2001, δηλ. διατάξεως εθνικού δικαίου.

5. Για να βοηθήσουν προς την κατεύθυνση αυτή, οι δύο φορείς ΣΕΒΤ και ΣΕΣΜΕ ανέλαβαν συγκεκριμένες δεσμεύσεις (όπως προκύπτει και από το ίδιο το κείμενο της συμφωνίας και το Δελτίο Τύπου) έναντι του Υπουργείου, κινούμενοι ταυτοχρόνως και στο πλαίσιο της παραδόσεως των συμφωνιών κυρίων, δηλ. εθνικής πρακτικής, η οποία εχρησιμοποιείτο από το ΥΠΑΝ, ήδη εδώ και αρκετά χρόνια, ως εργαλείο για την επίτευξη του στόχου της συγκρατήσεως του πληθωρισμού, ήτοι στόχου δημοσίου συμφέροντος (κατάθεση Προέδρου ΣΕΣΜΕ Παντελή Παντελιάδη ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού), ο οποίος μετά την θέση σε ισχύ της Συνθήκης του Μάαστριχτ από την Ελλάδα (1993) κατέστη στόχος επιβαλλόμενος εκ του κοινοτικού δικαίου. Επομένως, ανεξαρτήτως της συμβατότητας εν γένει των συμφωνιών κυρίων με το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού (ν. 703/77), ζήτημα, το οποίο είναι αμφισβητούμενο, και εν πάση περιπτώσει δεν έχει κριθεί μέχρι σήμερα από την Επιτροπή Ανταγωνισμού ή τα ελληνικά δικαστήρια ή το ΔΕΚ, βέβαιο είναι ότι ο Υπουργός και οι φορείς που υπέγραψαν την συγκεκριμένη συμφωνία είχαν την πεποίθηση ότι με αυτήν εξυπηρετούσαν το δημόσιο συμφέρον υπό την έννοια της συμβολής στην επίτευξη στόχου επιβαλλόμενου από το κοινοτικό δίκαιο και προς το συμφέρον της χώρας και δεν απέβλεπαν σε περιορισμό του ανταγωνισμού, ήτοι σε συμπεριφορά απαγορευόμενη κατά τον Ν. 703/77 ή πολλώ μάλλον από το άρθρο 81 Σ.ΕΚ.

6. Ενώ βάσει της τριμερούς συμφωνίας, την βασική δέσμευση να μην επιτρέψουν να αυξηθούν οι τιμές την ανέλαβαν και οι δύο φορείς, την υλοποίηση σε σχέση ειδικώς με την υπ' αριθμ. (3) ρήτρα ανέλαβε ο ΣΕΣΜΕ με σύμφωνο όμως, κατά την άποψη της μειοψηφίας, γνώμη του ΣΕΒΤ και του ΕΣΒΕΠ. Τούτο προκύπτει πρώτον ευθέως από την εγκύκλιο του ΣΕΒΤ υπ' αριθμ. 30/11.10.2001 προς τα μέλη του, με την οποία αυτός τους αποστέλλει την πρόταση του ΣΕΣΜΕ (όπως ο ίδιος την χαρακτηρίζει) προς μελέτη και επεξεργασία, καθώς και από την επιστολή με ημερομηνία 25.1.2005 του προέδρου του ΕΣΒΕΠ Ι. Τισίζη προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού, και δεύτερον εμμέσως από τα πρακτικά του ΣΕΒΤ, στα οποία δεν υπάρχει κατά τον κρίσιμο χρόνο (αλλά ούτε και αργότερα) καμμία καταγραφή περί αντιθέσεως του ΣΕΒΤ τόσον στο γεγονός της υλοποιήσεως της ρήτρας υπ' αριθμ. (3) εκ μέρους του ΣΕΣΜΕ δια της καταρτίσεως της λίστας όσον και σε υποτιθέμενη προσπάθεια του ΣΕΣΜΕ να επιβάλει την λίστα αυτήν στα μέλη του ΣΕΒΤ. Έτσι, αφού καταρτίσθηκε η λίστα (με τον τρόπο που κατωτέρω εκτίθεται), εστάλη στον ΣΕΒΤ και τον ΕΣΒΕΠ καθώς και ατομικά σε όλους τους προμηθευτές, τους οποίους αφορούσε. Κατόπιν αυτού ο ΕΣΒΕΠ με εγκύκλιό του από 13.11.2001 προς τα μέλη του αναφέρει ότι "Η απόφαση λοιπόν της Έκτακτης Γενικής μας Συνελεύσεως της 7/11/2001 είναι πως κάθε εταιρεία - μέλος του ΕΣΒΕΠ θα επικοινωνήσει και θα εκφράσει τις προτάσεις της όσον αφορά το ποσοστό των εκπτώσεων που θα προτείνει να περαστούν στο τιμολόγιο, στα τέσσερα μέλη που ο ΣΕΣΜΕ έχει εξουσιοδοτήσει...". Εξ άλλου ο ΣΕΒΤ απέστειλε και την δεύτερη μορφή της λίστας στα μέλη του με εγκύκλιό του στις 13.12.2001, με την επισήμανση "η λίστα δεν εμπεριέχει κάποια ουσιαστική διαφοροποίηση στο χώρο των Εταιρειών Τροφίμων" (βλ. και Εισήγηση Γραμματείας, σελ. 13).

Οι τελικώς προταθείσες από τους προμηθευτές τροποποιήσεις έγιναν στο σύνολό τους δεκτές από τον ΣΕΣΜΕ (βλ. Εισήγηση Γραμματείας, σελ. 13-16, Εγκύκλιο ΣΕΣΜΕ προς τα μέλη του από 24.12.2001, επιστολή ΣΕΣΜΕ προς ΣΕΒΤ και ΕΣΒΕΠ από 10.12.2001, φαξ της HQF προς ΣΕΣΜΕ από 13.12.2001 και επιστολές, τις οποίες ο ΣΕΣΜΕ και οι εγκαλούμενες εταιρείες προσεκόμισαν με το κοινό τους υπόμνημα ως σχετ. Α7). Αρνητικά απήντησε ο ΣΕΣΜΕ μόνο στην εταιρεία "Κονσερβοποιία Βορείου Αιγαίου ΑΕ", διότι αυτή προέβαλε το παράλογο αίτημα να πωλεί στα Σούπερ Μάρκετ σε τιμή 85 και αυτά να πωλούν στον καταναλωτή σε τιμή 75, ώστε με τον τρόπο αυτόν να εξισωθεί η τιμή λιανικής πωλήσεως με αυτήν του ανταγωνιστού της Rio Mare. Εξ όλων των ανωτέρω αποδεικνύεται ότι θέμα μονομερούς ενέργειας του ΣΕΣΜΕ, δηλ. ενέργειας, στην οποία ήταν αντίθετα τα συλλογικά όργανα των βιομηχάνων προμηθευτών (ΣΕΒΤ και ΕΣΒΕΠ), και επιβολής της επί των επί μέρους επιχειρήσεων της πλευράς αυτής δεν τίθεται. Το συμπέρασμα αυτό δεν αλλοιώνεται, κατά την άποψη της μειοψηφίας, από την επιστολή διαμαρτυρίας του ΣΕΒΤ προς τον ΣΕΣΜΕ με ημερομηνία 22.2.2002, αφού, όπως προκύπτει και από την απάντηση του ΣΕΣΜΕ με ημερομηνία 29.3.2002, η επιστολή αυτή εγράφη πολύ μετά την οριστικοποίηση της λίστας με σύμφωνο γνώμη του ΣΕΒΤ και των μελών του (Δεκέμβριος 2001) και αναφέρεται στην διαμάχη που ξέσπασε μεταξύ των δύο συνδικαλιστικών φορέων τους μήνες Φεβρουάριο - Μάρτιο 2002 ως προς το ποιός φέρει την ευθύνη για εν τω μεταξύ γενόμενες αυξήσεις των τιμών λιανικής πωλήσεως ορισμένων αγαθών, κατά τα λοιπά δε το περιεχόμενό της, όχι απλώς δεν ομολογείται από τον ΣΕΣΜΕ, αλλά αμφισβητείται κατά τρόπο ρητό (πρβλ. και Εισήγηση Γραμματείας, σελ. 16-17 υπό τον τίτλο "ανατιμήσεις μετά την θέση σε ισχύ της νομοθετικής ρύθμισης"). Η λίστα τέλος παρεδόθη από τον ΣΕΣΜΕ στον Υπουργό Ανάπτυξης Χριστοδουλάκη περί τα τέλη Δεκεμβρίου 2001, ο οποίος την παρέλαβε χωρίς κανένα αρνητικό σχόλιο. Τούτο το κατέθεσε ρητώς ενώπιον της Επιτροπής ο Πρόεδρος του ΣΕΣΜΕ Παντελής Παντελιάδης. Από την κατάθεση αυτήν συνάγεται ότι ο Υπουργός δεν εξέφρασε καμμία αντίρρη-

ση ως προς την ιδέα ή την διαδικασία καταρτίσεως της λίστας, το αποτέλεσμα αυτής και πολύ λιγότερο ως προς πιθανό παράνομο χαρακτήρα της σε σχέση με τον Ν.703/77 (ή/και το άρθρο 81 Σ.ΕΚ). Είναι προφανές ότι αν ο Υπουργός θεωρούσε την λίστα είτε ως ιδέα είτε ως αποτέλεσμα παράνομη, όχι μόνον δεν θα την παρελάμβανε, αλλά και θα παρέπεμπε την υπόθεση τουλάχιστον στην Επιτροπή Ανταγωνισμού. Κλήση του Υπουργού για να καταθέσει ενώπιόν της Επιτροπής Ανταγωνισμού ώστε εν πάση περιπτώσει να παραμερισθεί πάσα αμφιβολία δεν εκρίθη απαραίτητη.

7. Ως προς την ουσία της η λίστα, η οποία συνετάγη από ομάδα εργασίας, αποτελούμενη από τέσσερα μέλη του ΔΣ του ΣΕΣΜΕ και ταυτοχρόνως νομίμους εκπροσώπους τεσσάρων αλυσίδων ΣΜ, τους κ.κ Αριστοτέλη Παντελιάδη (ΜΕΤΡΟ), Εμμανουήλ Αποστόλου (ΑΤΛΑΝΤΙΚ), Νικόλαο Βερόπουλο (Αφοί Βερόπουλοι) και Γρηγόριο Παπαδόπουλο (ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ), καθόρισε για κάθε βιομηχανικό προϊόν, το οποίο περιελήφθη σε αυτήν, το ποσοστό εκπτώσεως, το οποίο ο αντίστοιχος παραγωγός συνεφώνησε τελικώς να αναγράφει στο τιμολόγιο πωλήσεως προς όλους τους πελάτες του - επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου αδιακρίτως. Η ομάδα εργασίας όρισε το ποσοστό αυτό όχι μετά από έρευνα ως προς το ποιά ήταν πράγματι η αρχική έκπτωση (και οι λοιπές εκπτώσεις) που ο κάθε βιομήχανος προμηθευτής έδινε σε κάθε ΣΜ, διότι τούτο θα ήταν αντίθετο προς το άρθρο 1 ν 703/77 (αποκάλυψη σημαντικού στοιχείου του ανταγωνισμού και συνεννόηση επ' αυτού). Για τον ορισμό αυτού του ποσοστού επελέγη η εξής μέθοδος. Η ομάδα εργασίας κατέγραψε μετά από τιμοληψίες που έκανε σε σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων λιανικής πωλήσεως τις τιμές στο ράφι των διαφόρων ΣΜ. Όπου διεπίστωσε ότι υπήρχαν τιμές κάτω της τιμής τιμοκαταλόγου του αντίστοιχου προμηθευτή, π,χ, 98, 96, 94, 92 δρχ με τιμοκατάλογο 100 δρχ., έβαλε στην λίστα 8%, ώστε αυτός που πωλούσε 92 δρχ. πριν από τον νόμο να μπορεί να πωλεί στην ίδια τιμή και μετά την εισαγωγή του άρθρου 24 Ν. 2941/2001, δηλ. να είναι νόμιμος. Όπου διεπίστωσε τιμή στο ράφι 100 δρχ, δηλ. ίση προς τον τιμοκατάλογο, έβαλε 0% στην λίστα. Τα προϊόντα για τα οποία προβλέφθηκε έκπτωση 0% αποτελούσαν τα 2/3 περίπου του συνολικού αριθμού προϊόντων, τα οποία περιελήφθησαν στην λίστα. Τα προϊόντα, των οποίων οι τιμές στο ράφι ήσαν πάνω από την τιμή του τιμοκαταλόγου δεν χρειάσθηκε φυσικώ τω λόγω να ενταχθούν στην λίστα. Έτσι το ποσοστό που ανεγράφη στην λίστα αντιστοιχούσε στο μέγιστο ποσοστό αποκλίσεως (προς τα κάτω) από τον τιμοκατάλογο της βιομηχανικής επιχειρήσεως, το οποίο η επιτροπή που κατήρτισε την λίστα θεώρησε ότι ήταν το σύνολο ή το μέρος της αρχικής εκπτώσεως, το οποίο είχε ήδη περάσει στον τελικό καταναλωτή. Με τον τρόπο αυτόν τιμοληψίας και τις παραδοχές αυτές η ομάδα εργασίας θεώρησε ότι η λίστα αποτελούσε συμμόρφωση προς την ρήτρα υπ' αριθμ. 3 της τριμερούς συμφωνίας. Το ποσοστό αυτό έπρεπε, σε συμμόρφωση προς τον νόμο και την τριμερή συμφωνία, να μεταφερθεί στο τιμολόγιο, δηλ. ο προμηθευτής, ο οποίος σύμφωνα με την φορολογική νομοθεσία έχει την υποχρέωση εκδόσεως τιμολογίου για κάθε πώληση (και παράδοση) προϊόντος που κάνει, όφειλε πλέον να αναγράφει το ποσοστό αυτό στο τιμολόγιο, γι' αυτό και στην αλληλογραφία της εποχής γίνεται λόγος για μεταφορά ποσοστού εκπτώσεως.

8. Στο σκεπτικό της πλειοψηφίας περιέχεται και σκέψη σχετικά με την αλυσίδα CARREFOUR. Ειδικότερα η πλειοψηφία, επικαλούμενη αφ' ενός τα πρακτικά του ΣΕΣΜΕ της 6.2.2002 και 3.4.2002 και αφ' ετέρου την ακροαματική διαδικασία, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι τιμές του CARREFOUR στο ράφι δεν ελήφθησαν υπ' όψη από την επιτροπή του ΣΕΣΜΕ, η οποία κατήρτισε την λίστα. Τούτο όμως δεν συνάγεται αβιάστως από τα πρακτικά του ΣΕΣΜΕ. Από αυτά προκύπτει απλώς ότι το CARREFOUR δηλώνει το ίδιο ότι παρεβίαζε κατά μήνα Απρίλιο 2004 τον νόμο 2941/2001 (όχι την λίστα) σε 450 κωδικούς. Πιθανότατα αυτό σημαίνει ότι στις αρχές του έτους η παράβαση του νόμου να αναφέρεται σε περισσότερους κωδικούς. Με βάση όμως το δεδομένο ότι οι μεγάλες αλυσίδες διαθέτουν κατά μέσο όρο περί τους 5.000 - 9.000 κωδικούς, συνάγεται ότι οι τιμές της πλειονότητας των προϊόντων του CARREFOUR δεν παρεβίαζαν τον νόμο. Εδώ τίθεται βεβαίως το ζήτημα τι εννοεί το CARREFOUR λέγοντας ότι όντως παρεβίαζε τον νόμο, καθώς και το ζήτημα αν η παράβαση του νόμου είναι κάτι διαφορετικό από την μη τήρηση της λίστας Αν με τον όρο παράβαση του νόμου το CARREFOUR εννοεί και παράβαση της λίστας, αυτό σημαίνει ότι το ίδιο το CARREFOUR παραδέχεται ως νόμιμη την λίστα και ότι την αποδέχεται. Το τελευταίο οδηγεί κατά πάσαν πιθανότητα στο συμπέρασμα ότι η λίστα έλαβε υπ' όψη της τις τιμές της CARREFOUR στο ράφι. Το συμπέρασμα αυτό ενισχύεται πρώτον από το γεγονός της απουσίας οιουδήποτε στοιχείου στον φάκελο της υποθέσεως αναφορικά με σχετική διαμαρτυρία της εταιρείας αυτής, και δεύτερον από την κατάθεση του μέλους της ομάδας εργασίας Αποστόλου κατά την ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού αποδεικτική διαδικασία κατά την συζήτηση της 16ης Δεκεμβρίου, ο οποίος είπε ότι η ομάδα εργασίας έλαβε υπ' όψη τα προϊόντα της CARREFOUR, καθώς και άλλων αλυσίδων με χαμηλές τιμές (Σκλαβενίτης), με εξαίρεση τα προϊόντα κράχτες. Ως περαιτέρω συνέπεια αυτού μπορεί να υποστηριχθεί η άποψη ότι η CARREFOUR έχει ουσιαστικά συμπράξει και στην λίστα, και άρα κινδυνεύει να υποστεί τις συνέπειες της παραβάσεως του άρθρου 1 Ν. 703/77 και του άρθρου 81 Σ.ΕΚ, αν η Επιτροπή Ανταγωνισμού καταλήξει ότι η λίστα παρεβίασε τις διατάξεις αυτές. Ερευνητέος όμως είναι και ο ισχυρισμός του Αποστόλου ότι πράγματι οι τιμές που δεν ελήφθησαν υπ' όψη ήσαν τιμές "κράχτη" (αυτό προϋποθέτει ορισμό των τιμών κράχτη), και αν αυτό χρησιμοποιήθηκε ως πρόσχημα για να αποκλεισθούν τα προϊόντα (όλα ή μερικά) του CARREFOUR. Κατόπιν αυτού δημιουργείται σοβαρή αμφιβολία ως προς το ζήτημα αυτό, η οποία θα μπορούσε να παραμερισθεί μόνον αν διετάσσοντο με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού μείζονες αποδείξεις, λ.χ και με κλήση της CARREFOUR ενώπιόν της, πράγμα όμως τελικώς δεν έγινε.

9. Το ζήτημα, το οποίο εν συνεχεία τίθεται είναι αν το ποσοστό που καθόρισε η λίστα είναι σταθερό ή κατ' ελάχιστον, αν δηλ. οι βιομήχανοι είχαν την δυνατότητα να δώσουν και μεγαλύτερες εκπτώσεις (ή ακόμη αν έδωσαν και μικρότερες). Με τον τρόπο αυτόν τίθεται το ζήτημα της σχέσεως του ποσοστού αυτού με τις πράγματι παρασχεθείσες μετά την λίστα εκπτώσεις. Από την διαπίστωση των πραγματικών αυτών περιστατικών εξαρτάται και η κρίση περί του αν περιορίσθηκε ο ανταγωνισμός μεταξύ των Σούπερ Μάρκετ στην σχετική αγορά της χονδρικής πωλήσεως (Βιομηχανία προς Σούπερ Μάρκετ). Επειδή το ζήτημα αυτό ετέθη το πρώτον κατά την συζήτηση ενώπιον

της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η Επιτροπή εκάλεσε τις εγκαλούμενες επτά εταιρείες να προσκομίσουν τιμολόγια, τα οποία να δείχνουν ότι η έκπτωση της λίστας ήταν "κατ' ελάχιστον" (υπό την προαναφερθείσα έννοια).

Τα τιμολόγια αγοράς, τα οποία οι εταιρείες ΜΕΤΡΟ, ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, ΑΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ και ΜΑΣΟΥΤΗΣ προσεκόμισαν με ατομικά υπομνήματα, συμπληρωματικά του κοινού υπομνήματος, χαρακτηρίσθηκαν από τις ίδιες ως απόρρητα στοιχεία, των οποίων δεν έπρεπε να λάβουν γνώση οι ομόδικοί τους. Από την αντιπαραβολή της λίστας προς ένα μεγάλο δείγμα των τιμολογίων των έξι (6) πρώτων μηνών του έτους 2002 (διάστημα κατά το οποίο περίπου ίσχυσε η λίστα) των ως άνω εταιρειών, τα οποία αναγράφουν την τιμή τιμοκαταλόγου κάθε προμηθευτού μείον την αρχική βασική έκπτωση (όχι άλλου είδους εκπτώσεις, όπως εκπτώσεις τζίρου, παροχές κλπ), προκύπτει κατά την άποψη της μειοψηφίας ότι κατά το διάστημα αυτό πράγματι πολλοί προμηθευτές ανέγραψαν στο τιμολόγιο έκπτωση (αρχική) μεγαλύτερη της λίστας, άλλοι ίση με την λίστα και κάποιοι (λιγότεροι) μικρότερη της λίστας.

Από τις καταθέσεις των μαρτύρων κατά την ακροαματική διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής επιβεβαιώθησαν τα ανωτέρω και εδόθη η εξήγηση ότι η συμπεριφορά αυτή των προμηθευτών συνολικώς εξηγείται με το γεγονός ότι στις περιπτώσεις, στις οποίες το ποσοστό που τελικά ανεγράφη στα τιμολόγια ήταν ίσο ή ανώτερο της λίστας, ήταν αυτό, το οποίο οι προμηθευτές είχαν συμφωνήσει και έδιναν και πριν την λίστα. Άλλωστε από την σωρεία επιστολών, τις οποίες ο ΣΕΣΜΕ απέστειλε στους προμηθευτές (ατομικά) μετά την οριστικοποίηση της λίστας, αναφέρει ρητώς "... συνιστούμε την μεταφορά από 1.1.2002 Χ% από την ετήσια συμφωνία όλων των πελατών σας - μελών μας στο τιμολόγιο" Στις περιπτώσεις που οι προμηθευτές ανέγραψαν στο τιμολόγιο ποσοστό μικρότερο της λίστας, σημαίνει ότι οι προμηθευτές δεν ετήρησαν τις προϋπάρχουσες εμπορικές συμφωνίες.

10. Συνολικά, κατά την άποψη της μειοψηφίας, απεδείχθη κατόπιν όλων των ανωτέρω ότι πρώτον η λίστα δεν πρότεινε ένα ενιαίο για όλους συγκεκριμένο ποσοστό (fix) εκπτώσεως, αλλά ήταν πρόταση για κατ' ελάχιστο. Δεύτερον, μετά από ελεύθερες διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές και με την μεσολάβηση του ΣΕΒΤ και του ΕΣΒΕΠ οι προμηθευτές συνεφώνησαν σε αυτό το κατ' ελάχιστον ποσοστό, το οποίο έπρεπε να αναγράψουν (μεταφέρουν) στο τιμολόγιο, ώστε να επιτευχθεί ο στόχος της τριμερούς συμφωνίας να μην ανέβουν οι τιμές λιανικής, στα προϊόντα εκείνα, στα οποία τα Σούπερ Μάρκετ πωλούσαν σε τιμές κάτω της τιμής του τιμοκαταλόγου ή του τιμοκαταλόγου μείον την αρχική έκπτωση που δίδεται αμέσως από τον προμηθευτή με την παραγγελία. Στην πραγματικότητα όμως εδόθησαν εκπτώσεις α) ίσες προς την λίστα, διότι το ποσοστό αυτό αντιστοιχούσε πλήρως ή κατά μεγάλη προσέγγιση σ' αυτό που είχε τέλος 2001 συμφωνηθεί και πράγματι θα εδίδετο από 1.1.02 ως συμβατική έκπτωση, αλλά και β) μεγαλύτερες της λίστας, διότι το ποσοστό αυτό αντιστοιχούσε πλήρως ή κατά μεγάλη προσέγγιση σ' αυτό που είχε τέλος 2001 συμφωνηθεί και πράγματι θα εδίδετο από 1.1.02 ως συμβατική έκπτωση, άρα δεν δημιουργήθηκε δάπεδο (κάτω του οποίου εμποδίζεται ο ανταγωνισμός). Υπήρξαν και περιπτώσεις, όπου γ) οι προμηθευτές έδωσαν έκπτωση μικρότερη της λίστας (μέχρι και μηδενική), πράγμα που σημαίνει ότι οι προμηθευτές παρέβησαν την υπόσχεσή τους, όπερ επιβεβαιώνει ότι ως προς αυτούς τουλάχιστον τα Σούπερ Μάρκετ δεν είχαν εκείνη την συγκεκριμένη στιγμή ισχύ να επιβάλουν το ποσοστό της λίστας.

Με άλλα λόγια, κατά την άποψη της μειοψηφίας, αποδεικνύεται ότι η λειτουργία της λίστας ήταν ως προς τις πραγματικές συμβατικές σχέσεις μεταξύ βιομηχάνων και εμπόρων ουδέτερη, αφού δεν είχε καμμία επίδραση στο ύψος των συνολικών εκπτώσεων και παροχών, τις οποίες οι βιομήχανοι έδωσαν τελικά στους εμπόρους μετά την λίστα.

11. Κατόπιν αυτών είναι φανερό ότι δεν υπήρξε κανένας περιορισμός του ανταγωνισμού, και επομένως περιττεύει και η έρευνα ως προς το αν εθίγη το διακοινοτικό εμπόριο και επομένως ως προς το αν υπάρχει παράβαση του άρθρου 81 Σ.ΕΚ.

12. Περαιτέρω κατά την άποψη της πλειοψηφίας η λίστα επέφερε περιορισμό του ανταγωνισμού και στην σχετική αγορά της λιανικής πωλήσεως, δηλ. της πωλήσεως προς τον τελικό καταναλωτή. Η υπόθεση όμως ότι δεν μπορεί να γίνει ανταγωνισμός κάτω της τιμής που διαμορφώνεται με βάση την τιμή τιμοκαταλόγου μείον την (κοινή για όλους) έκπτωση που αναγράφεται από τον προμηθευτή στο τιμολόγιο, και μέχρι το επίπεδο που διαμορφώνεται από το πραγματικό κόστος κτήσεως (τιμή τιμοκαταλόγου μείον όλες οι εκπτώσεις και παροχές), δεν βρίσκει έρεισμα στο άρθρο 24 Ν. 2941/2001, όπως αυτό ερμηνεύτηκε ανωτέρω. Το συμπέρασμα ότι περιορίσθηκε ο ανταγωνισμός μεταξύ των Σούπερ Μάρκετ στο επίπεδο της λιανικής πωλήσεως δεν επιβεβαιώθηκε πάντως από έρευνα της Γραμματείας, αφού τέτοια έρευνα δεν μπορούσε άνευ άλλου τινός να γίνει και λόγω των στενών χρονικών περιθωρίων και του γεγονότος ότι οι ελεγχόμενες συμπεριφορές ετοποθετούντο χρονικώς σε περίοδο αρκετά παρωχημένη.

13. Επειδή όμως ανεξαρτήτως των ανωτέρω ερευνητέα παραμένει η κατάσταση του ανταγωνισμού μεταξύ των Σούπερ Μάρκετ σήμερα, είναι σκόπιμο η Γραμματεία να ολοκληρώσει το συντομότερο δυνατόν την έρευνά της και προς αυτήν την κατεύθυνση.

ΙΙ. Εξ άλλου από τα στοιχεία του φακέλου, την ακροαματική διαδικασία, τις προσαχθείσες ένορκες βεβαιώσεις και όσα είναι γνωστά στην Επιτροπή, προέκυψαν κατά την άποψη της μειοψηφίας σε σχέση με την δεύτερη μομφή που η Γραμματεία απευθύνει προς τις επτά ΙΙ. εγκαλούμενες αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ ("συνάντηση Sofitel"), τα ακόλουθα :

14. Ήδη από την δεκαετία του 90 τα Σούπερ Μάρκετ ανησυχούσαν από τις πρακτικές μεγάλων ανταγωνιστών τους, ιδίως αλλοδαπών, οι οποίες πωλούσαν ορισμένα τουλάχιστον προϊόντα τους ευρείας καταναλώσεως σε τιμές σημαντικά χαμηλότερες από τις τιμές, στις οποίες αυτές πωλούσαν τα αντίστοιχα προϊόντα τους. Οι ανησυχούντες θεωρούσαν ότι οι ισχυροί ανταγωνιστές τους είτε πωλούσαν σε τιμές κάτω του κόστους κτήσεως (πώληση με ζημία), διότι είχαν την στήριξη των μητρικών τους εταιρειών, είτε αγόραζαν από τους εν Ελλάδι προμηθευτές σε τιμές καλλίτερες από τις δικές τους, πράγμα που πιθανόν να οφείλετο σε άσκηση (παρανόμου) πιέσεως. Πράγματι, όπως αποδεικνύεται από επιστολή του ΣΕΒΤ προς την γαλλική εταιρεία Carrefour, η οποία βρίσκεται στον φάκελο της υποθέσεως, ο ΣΕΒΤ διαμαρτύρεται προς την διοίκηση της εταιρείας αυτής πρώτον διότι

δεν δέχεται από της πλευράς της αναπροσαρμογή των τιμών των προϊόντων των μελών του ΣΕΒΤ εφ' όσον το ύψος της ξεπερνά το 3% και δεύτερον για την απαίτησή της όπως η βιομηχανία αποδεχθεί να πωλεί τα προϊόντα της προς το Carrefour κατά 5% φθηνότερα της υπόλοιπης αγοράς, ήτοι κάτω του κόστους (κατά την άποψη του ΣΕΒΤ). Ο ΣΕΒΤ επιβεβαιώνει το περιεχόμενο της επιστολής και στην υπ' αριθμ. 4/2004 Έκτακτη Εγκύκλιο προς τα μέλη του, στην οποία τονίζει ότι "αντέδρασε άμεσα και δυναμικά" (βλ. και Εισήγηση Γραμματείας, σελ. 19). Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι η Carrefour πρέπει να δημιουργούσε με την πολιτική της προβλήματα σε πολλές, αν όχι σε όλες τις εν Ελλάδι βιομηχανίες, με τις οποίες συνεργάζεται, έτσι ώστε να πρέπει να επέμβει το συλλογικό όργανο των επιχειρήσεων αυτών και να αντιδράσει με τρόπο άμεσο και δυναμικό. Εξ άλλου από την από 19.12.2000 επιστολή της εταιρείας Νίκας προς τον ΣΕΣΜΕ, η οποία επίσης βρίσκεται στον φάκελο, προκύπτει ότι η Carrefour πωλούσε το προϊόν "σαλαμάκι πουλερικών γίγας Νίκας" σε τιμή, η οποία βρισκόταν κατά ποσοστό 64% κάτω του τιμολογιακού κόστους, γεγονός που οδήγησε την εταιρεία Νίκας να διακόψει την πώληση προς το Carrefour για να προστατεύσει την εικόνα του συγκεκριμένου προϊόντος, όπως η ίδια εδήλωσε.

15. Το αν οι πρακτικές αυτές της Carrefour είναι σύννομες ή όχι, εάν βεβαίως αληθεύουν τα προαναφερθέντα πραγματικά περιστατικά, θα κριθεί στα πλαίσια της νομοθεσίας περί αθέμιτου ανταγωνισμού (ν. 146/1914, άρθρο 24 Ν. 2941/2001) και αυτής περί ελεύθερου ανταγωνισμού (ν. 703/1977), εφ' όσον βεβαίως πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις εφαρμογής των αντιστοίχων διατάξεων. Λαμβανομένου υπ' όψη ότι σε σχέση με την εφαρμογή του νόμου 703/1977 και στο πλαίσιο της παρούσας διαδικασίας δεν έγινε έρευνα σχετικά με την Carrefour ως προς την λίστα και την συνάντηση του Sofitel, και πολύ λιγότερο για τις γενικότερες πρακτικές της εταιρείας αυτής, οι οποίες μπορεί να θεμελιώνουν παράβαση του νόμου αυτού, είναι σκόπιμο τώρα η Γραμματεία να ξεκινήσει αυτεπάγγελτο έρευνα σε σχέση με τις γενικότερες αυτές πρακτικές.

16. Εξ άλλου τα Σούπερ Μάρκετ, τα οποία προμηθεύονται τα περισσότερα των ειδών, τα οποία πωλούν, από τις εν Ελλάδι εγκατεστημένες επιχειρήσεις ως επώνυμα προϊόντα, ανησυχούν και για την πτώση των πωλήσεων των προϊόντων αυτών λόγω της αυξήσεως της ζητήσεως των λεγομένων μη επωνύμων προϊόντων ή προϊόντων επωνυμίας των Σούπερ Μάρκετ (own label ή private label). Η πτώση του τζίρου των επωνύμων προϊόντων σημαίνει μείωση εσόδων τόσον για τα Σούπερ Μάρκετ όσον και ιδίως για την βιομηχανία επωνύμων προϊόντων, η οποία είτε παράγει τα προϊόντα αυτά στην Ελλάδα είτε τα εισάγει από το εξωτερικό. Χαρακτηριστική περίπτωση η γερμανική αλυσίδα Σούπερ Μάρκετ Lidl, η οποία πωλεί κυρίως προϊόντα δικής της επωνυμίας.

17. Κατόπιν όλων των ανωτέρω είναι μεν φυσική η ανησυχία από τις ανταγωνιστικές πιέσεις (την επιβεβαίωσαν και σχεδόν όλοι οι μάρτυρες που εξετάσθηκαν ενώπιον της Επιτροπής, βλ. και τις καταθέσεις τους ανωτέρω), πλην όμως η επιχειρηματική αντίδραση εκ μέρους των αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ πρέπει να κινείται εντός του πλαισίου της ελληνικής και κοινοτικής νομοθεσίας περί προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού. Ελεγκτέον λοιπόν τι επιτρέπει και τι απαγορεύει η νομοθεσία αυτή και αν οι συγκεκριμένες αντιδράσεις των εγκαλουμένων επιχειρήσεων έμειναν εντός των ορίων του νόμου ή τα παρεβίασαν.

18. Το άρθρο 2 Ν. 703/1977 απαγορεύει την καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσεως εκ μέρους μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων επί του συνόλου ή μέρους της αγοράς της χώρας. Η διάταξη απαριθμεί ενδεικτικώς παραδείγματα καταχρηστικής εκμεταλλεύσεως, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνεται και η εφαρμογή ανίσων όρων επί ισοδυνάμων παροχών, ιδία δε η αδικαιολόγητος άρνηση πωλήσεως κατά τρόπον ώστε ορισμένες επιχειρήσεις να τίθενται σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό. Στην τελευταία αυτήν περίπτωση εμπίπτει τόσον το διμερές όσον και το τριμερές μποϋκοτάζ. Στην περίπτωση του διμερούς μποϋκοτάζ υπάρχει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσεως όταν λ.χ. αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ, οι οποίες κατέχουν συλλογική δεσπόζουσα θέση (πράγμα όμως που πρέπει να αποδειχθεί, λαμβανομένου ότι στο πλαίσιο της κρινόμενης υποθέσεως τούτο αμφισβητήθηκε από τις επτά εγκαλούμενες επιχειρήσεις), συλλογικώς αρνούνται την πώληση σε πελάτη τους και έτσι τον φέρνουν σε μειονεκτική θέση, αφού αυτός από πουθενά αλλού δεν μπορεί να προμηθευθεί το ή τα συγκεκριμένα είδη (ανυπαρξία εναλλακτικών πηγών προμήθειας). Από την όλη διαδικασία επιβεβαιώθηκε ότι στην σχέση μεταξύ των επτά εδώ εγκαλουμένων επιχειρήσεων και της αλυσίδας Lidl δεν μπορεί να τύχει εφαρμογής το άρθρο 2 Ν. 703/1977, αφού εν προκειμένω δεν πρόκειται για σχέση προμηθευτή - πελάτη, αλλά για σχέση ανταγωνιστών.

19. Εξ άλλου στην περίπτωση του τριμερούς μποϋκοτάζ υπάρχει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσεως όταν λ.χ. αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ, οι οποίες κατέχουν συλλογική δεσπόζουσα θέση (πράγμα όμως που πρέπει κατά τα ανωτέρω να αποδειχθεί), συλλογικώς ασκούν πίεση επί όλων των προμηθευτών ανταγωνιστού τους, π.χ του Lidl και τους επιβάλλουν να αρνηθούν την πώληση στην συγκεκριμένη αυτήν εταιρεία και έτσι να τον φέρουν σε μειονεκτική θέση, αφού αυτός από πουθενά αλλού δεν μπορεί να προμηθευθεί το ή τα συγκεκριμένα είδη (ανυπαρξία εναλλακτικών πηγών προμήθειας). Από την ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία επιβεβαιώθηκε (και η θέση της Γραμματείας) ότι δεν υπήρξαν πραγματικά περιστατικά που να θεμελιώνουν κατάχρηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσεως εκ μέρους των εγκαλουμένων επιχειρήσεων υπό την προαναφερθείσα έννοια (τριμερές μποϋκοτάζ), αφού πρώτον είναι αμφίβολον αν ασκήθηκε τέτοια πίεση και εν πάση περιπτώσει είναι βέβαιον ότι τέτοια άρνηση πωλήσεως δεν έγινε από κανένα προμηθευτή, όπως βεβαιώνει και η ίδια η Lidl (βλ. την κατάθεσή της ενώπιον της Γραμματείας κατά την προδικασία) και ήδη προμηθευτές της Lidl, όπως η εταιρεία Τυράς ΑΕ (τυριά) και Η.Β.Ε ΑΕ (Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων ΑΕ) (εμφιαλωμένω νερό Eviva). Το αυτό ισχύει και ως προς το Carefour.

20. Το άρθρο 1 παράγρ. 1 Ν. 703/1977 απαγορεύει τις συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Η διάταξη απαριθμεί ενδεικτικώς παραδείγματα τέτοιων συμφωνιών (ή εναρμονισμένων πρακτικών), μεταξύ των οποίων περιλαμβάνεται και η εφαρμογή ανίσων όρων επί ισοδυνάμων παροχών, ιδία δε η αδικαιολόγητος άρνηση πωλήσεως κατά τρόπον δυσχεραίνοντα τον ανταγωνισμό. Υποπερίπτωση της αρ-

νήσεως πωλήσεως μπορεί να θεωρηθεί και το τριμερές μποϋκοτάζ. Έτσι στην τελευταία αυτήν περίπτωση προμηθευτές λ.χ. του Lidl (πραγματικοί ή δυνητικοί) συμφωνούν με τις ανταγωνιστικές προς το Lidl αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ να αρνηθούν (οι προμηθευτές) την πώληση προς το Lidl, άρνηση, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται ο ανταγωνισμός. Απαραίτητο στοιχείο του τριμερούς μποϋκοτάζ είναι επομένως η σύμπραξη των προμηθευτών του Lidl (πραγματικών ή δυνητικών) υπό την μορφή συμφωνίας ή έστω εναρμονισμένης πρακτικής, ώστε τελικώς να συμπέσει η βούληση όλων ως προς το αντικείμενο η αποτέλεσμα (της συμφωνίας), δηλ. τον αποκλεισμό του Lidl από την αγορά συγκεκριμένων προϊόντων (άρνηση πωλήσεως).

21. Από την ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία επιβεβαιώθηκε (και η θέση της Γραμματείας) ότι δεν υπήρξαν πραγματικά περιστατικά που να θεμελιώνουν συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ αφ' ενός των εγκαλουμένων επιχειρήσεων και αφ' ετέρου των προμηθευτών προς τους οποίους αυτοί απευθύνθηκαν, με αντικείμενο ή αποτέλεσμα την άρνηση πωλήσεως προς το το Lidl. Το αυτό ισχύει και ως προς το Carefour.

22. Άρα δεν υπήρξε παράβαση του άρθρου 2 ή του άρθρου 1 παράγρ. 1 Ν. 703/1977 υπό την προεκτεθείσα έννοια (μποϋκοτάζ). Τούτο ισχύει και ως προς τα άρθρα 82 και 81 Σ.ΕΚ, τα οποία υπήρξαν το πρότυπο των άρθρων 2 και 1 Ν. 703/1977 αντίστοιχα. Μη αποδεικνυομένου περιορισμού του ανταγωνισμού, περιττεύει η ενασχόληση με το πρόσθετο κριτήριο της επιδράσεως του περιορισμού του ανταγωνισμού στο ενδοκοινοτικό εμπόριο, προϋπόθεση, η οποία επίσης πρέπει να πληρούται για την εφαρμογή των διατάξεων αυτών.

23. Τέλος πρέπει να ερευνηθεί το κατά πόσον υπάρχει παράβαση του άρθρου 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 στην περίπτωση που ανταγωνιστές, όπως τα Σούπερ Μάρκετ, συμφωνούν μεταξύ τους να συμπράξουν, ώστε να πείσουν ή ακόμη και να πιέσουν προμηθευτές ανταγωνιστού τους (πραγματικούς ή δυνητικούς), λ.χ. του Lidl, ώστε αυτοί να αρνηθούν την πώληση στον ανταγωνιστή αυτόν, ενώ πράγματι οι προμηθευτές τελικώς δεν συνεφώνησαν σε κάτι τέτοιο. Μια τέτοια ερμηνεία δεν βρίσκει έρεισμα ούτε στο γράμμα ούτε στο πνεύμα της διατάξεως. Τούτο διότι η διάταξη αυτή απαγορεύει τις οριζόντιες συμφωνίες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, δηλ. τις συμφωνίες μεταξύ ανταγωνιστών, ήτοι επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο ίδιο επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας, ή τις κάθετες συμφωνίες, δηλ. συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας, οι οποίες όμως περιορίζουν τον ανταγωνισμό ή της μιάς ή της άλλης πλευράς (π.χ. των Σούπερ Μάρκετ) με ανταγωνιστή τους (π.χ. το Lidl). Οι κάθετες όμως συμφωνίες είναι ακριβώς συμφωνίες, δηλ. προϋποθέτουν ότι οι προμηθευτές του Lidl συνεφώνησαν (με τα Σούπερ Μάρκετ και μεταξύ τους) σε κάτι τέτοιο. Από την ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία επιβεβαιώθηκε και η θέση της Γραμματείας ότι οι προμηθευτές δεν συνεφώνησαν σε κάτι τέτοιο (βλ. και ανωτέρω). Το αυτό ισχύει και ως προς το Carefour.

24. Άρα δεν υπήρξε παράβαση του άρθρου 1 παράγρ. 1 Ν. 703/1977 υπό την προεκτεθείσα έννοια. Τούτο ισχύει και ως προς το άρθρο 81 Σ.ΕΚ. Μη αποδεικνυομένου περιορισμού του ανταγωνισμού, περιττεύει η ενασχόληση με το πρόσθετο κριτήριο της επιδράσεως του περιορισμού του ανταγωνισμού στο ενδοκοινοτικό εμπόριο, προϋπόθεση, η οποία επίσης πρέπει να πληρούται για την εφαρμογή του άρθρου 81 Σ.ΕΚ.

25. Η πλειοψηφία εκφράζει αντίθετη άποψη, επικαλούμενη την νομολογία του ΔΕΚ στην απόφαση Sukier Unie (1975) και του ΠΕΚ στην απόφαση Rhone Poulenc (1989) Κατά την μείζονα σκέψη του σχετικού κανόνος δικαίου, όπως τον αντιλαμβάνεται η πλειοψηφία, η συνεύρεση και μόνο επιχειρήσεων με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με στοιχεία του ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων συνιστά συμφωνία (ή εναρμονισμένη πρακτική) υπό την έννοια του άρθρου 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 (ή αντίστοιχα του άρθρου 81 Σ.ΕΚ) ανεξαρτήτως της υπάρξεως ή όχι επιδράσεως στον ανταγωνισμό από την εν λόγω πληροφόρηση. Όμως ούτε από τις αποφάσεις του ΔΕΚ Sukier Unie (1975) και του ΠΕΚ Rhone Poulenc (1989) προκύπτει τέτοιος ακραίος κανών δικαίου ως περιεχόμενος στο άρθρο 1 παρ. 1 Ν. 703/21977 (ή αντίστοιχα στο άρθρο 81 Σ.ΕΚ)

26. Είναι κατ' αρχήν ορθό ότι το ΔΕΚ νομολόγησε το 1975 στην απόφαση Suiker Unie (σκέψεις 173-174) και το ΠΕΚ επιβεβαίωσε το 1989 στην απόφαση Rhone Poulenc (σκέψεις 121-122), ότι η συμμετοχή σε ένα καρτέλ τιμών, και εν πάση περιπτώσει η ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής στο πεδίο των τιμών, αποδεικνύεται από άμεσες ή έμμεσες επαφές μεταξύ επιχειρήσεων με σκοπό να επηρεάσουν την συμπεριφορά αλλήλων στην αγορά ή να προκαλέσουν να αποκαλύψουν τη στάση που η καθεμία έχει κατά νου να τηρήσει στην εν λόγω αγορά. Η διαφορά είναι όμως ότι ούτε η Suiker Unie, ούτε η Rhone Poulenc αναφέρονται σε γενικές διαβουλεύσεις επιχειρήσεων που ανήκουν σε διαφορετικά επίπεδα της παραγωγικής αλυσίδας (εν προκειμένω εμπόριο λιανικής πωλήσεως και προμηθευτές τους), αλλά σε εξειδικευμένες διαβουλεύσεις μεταξύ ανταγωνιστών με σκοπό την εναρμόνιση συμπεριφοράς με ένα καρτέλ που λειτουργεί στο παρασκήνιο. Και στην Suiker Unie και στην Rhone Poulenc, ο λόγος για τον οποίο η ευρωπαϊκή νομολογία θεώρησε (ορθώς) ότι δεν είναι πάντα απαραίτητη η πλήρης απόδειξη όλων των συστατικών στοιχείων της συμφωνίας (ή της εναρμονισμένης πρακτικής), ήταν ότι στις δύο προαναφερθείσες αποφάσεις είχε από τους εγκαλούμενους στηθεί στο παρασκήνιο ένας εξαιρετικά οργανωμένος μηχανισμός καρτέλ, με γραμματείες, μηχανοργάνωση, μηχανισμό επικοινωνίας, ανακοινώσεις στον εξειδικευμένο τύπο, κλπ, το πλαίσιο του οποίου καθόριζε, κατά την ορθή εν προκειμένω κρίση των ΔΕΚ και ΠΕΚ, ακόμη και συμπεριφορές οι οποίες δεν αρκούν, per se, γιά να θεμελιωθεί απόδειξη ως την απαιτεί το ευρωπαϊκό διαδικαστικό δίκαιο του ανταγωνισμού (ήδη άρθρο 2 Καν. 1/2003).

27. Στην υπό κρίση υπόθεση δεν μπορεί να γίνει λόγος για προϋπαρξη μηχανισμού καρτέλ a la Suiker Unie ή Rhone Poulenc, αφού κάτι τέτοιο ούτε από την αυτεπάγγελτη έρευνα της Γραμματείας προέκυψε ούτε κάποιος τρίτος το κατήγγειλε στην Επιτροπή ούτε απεδείχθη από την ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία. Άρα η εν λόγω ευρωπαϊκή νομολογία δεν έχει στην προκείμενη υπόθεση εφαρμογή ήδη εξ αυτού του λόγου.

28. Εν πάση περιπτώσει, αυτό που σε σχέση με την ανταλλαγή πληροφοριών η πλειοψηφία καταλογίζει στις εγκαλούμενες επιχειρήσεις, είναι ότι συζήτησαν με τους εμπορικούς διευθυντές των εν Ελλάδι βιομηχανιών αν και κατά πόσον οι έλληνες βιομήχανοι θα παραγάγουν στο

άμεσο μέλλον προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας εφάμιλλα ή καλλίτερα των ήδη προσφερόμενων στην ελληνική αγορά από την αλυσίδα LIDL. Το γεγονός αυτό καθ' εαυτό δεν αμφισβητήθηκε από τις εγκαλούμενες εταιρείες. Αντίθετα, παραδέχθηκαν ότι σκοπός της συγκεντρώσεως στο Sofitel ήταν να πείσουν τους εμπορικούς διευθυντές των κατασκευαστών ειδών Σούπερ Μάρκετ ότι η καθίζηση της αγοράς λόγω μειώσεως της αγοραστικής δυνάμεως των καταναλωτών έχει προσλάβει τέτοιες διαστάσεις, ώστε να επιβάλει την προσφορά, πέρα των επωνύμων προϊόντων, και ανωνύμων προϊόντων σε χαμηλότερη τιμή, αλλά ψηλή σχέση τιμής/ποιότητας. Από την αποδεικτική διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής, και ιδίως τις καταθέσεις των Βερόπουλου, Μαχαίρα (Α-Β Βασιλόπουλος), Πάριου (Τροφίνο) από την μια και Ξηρογιαννόπουλου (ΜΕΒΓΑΛ) και Σαράντη (Τυράς-Όλυμπος) από την άλλη, αποδεικνύεται κατά την άποψη της μειοψηφίας ότι ναι μεν έγινε εκτενής αναφορά εν προκειμένω στην αλυσίδα LIDL, αλλά όχι μόνον η συζήτηση δεν προχώρησε σε εξειδίκευση του τι θα παραχθεί, σε ποιά ποιότητα σε ποιά ποσότητα και σε ποιά τιμή, αλλά οι περισσότεροι εμπορικοί διευθυντές των εν Ελλάδι βιομηχανιών είτε δεν απήντησαν είτε απήντησαν αόριστα. Από τις αόριστες αυτές απαντήσεις αποδεικνύεται ότι δεν υπάρχει καμμία αρνητική επίδραση στον ανταγωνισμό, αφού δεν έγινε λόγος ούτε για το εάν θα παραχθεί κάτι, δηλ. δεν εδόθη πληροφόρηση ούτε για την αρχική απόφαση εισόδου στην αγορά.

29. Η εδώ ερμηνεία των αποφάσεων Suiker Unie και Rhone Poulenc επιβεβαιώνεται πλήρως και από την απόφασή του ΠΕΚ της 5.4.2001 στην υπόθεση Τ-16/98 Wirtschaftsvereinigung Stahl κλπ κατά Επιτροπής, Στις σκέψεις 44-45 το ΠΕΚ συνόψισε την μέχρι τούδε νομολογία ως εξής:

"[44] Όπως προκύπτει τόσο από τη νομολογία όσο και από την πρακτική λήψεως αποφάσεων της Επιτροπής, οι συμφωνίες ανταλλαγής πληροφοριών δεν απαγορεύονται, γενικώς και άνευ ετέρου, αλλά μόνον όταν εμφανίζουν ορισμένα χαρακτηριστικά σχετικά, μεταξύ άλλων, με τον ευαίσθητο και ακριβή χαρακτήρα πρόσφατων στοιχείων των οποίων είχε γίνει ανταλλαγή σε κοντινά χρονικά διαστήματα. Η Επιτροπή παραπέμπει ρητώς και σχεδόν αποκλειστικά, με την προσβαλλόμενη απόφαση, στην προπαρατεθείσα απόφαση UK Tractors, για να στηρίξει τη δική της θέση ως προς την τύχη των ανταλλαγών πληροφοριών σε μια ολιγοπωλιακή αγορά. Η υπόθεση αυτή αφορούσε ανταλλαγή πληροφοριών εξαιρετικής ακρίβειας σχετικά με τον εντοπισμό των ταξινομουμένων οχημάτων και τον τόπο ταξινομήσεώς τους, η οποία επέτρεπε τον εντοπισμό των πωλήσεων που πραγματοποιούσε κάθε ανταγωνιστής στη γεωγραφική ζώνη ενός αντιπροσώπου καθώς και των πωλήσεων που πραγματοποιούσε ένας αντιπρόσωπος εκτός της γεωγραφικής ζώνης του, τον έλεγχο της δραστηριότητας των αντιπροσώπων και τον εντοπισμό των εισαγωγών και εξαγωγών και επομένως των έλεγχο των παραλλήλων εισαγωγών. Η Επιτροπή διευκρίνισε, με την αιτιολογική σκέψη 40 της προσβαλλομένης αποφάσεως, ότι στην προπαρατεθείσα απόφαση UK Tractors η ανταλλαγή πληροφοριών είχε ως αποτέλεσμα την αποκάλυψη των κατεχομένων θέσεων στην αγορά και των στρατηγικών των διαφόρων ανταγωνιστών. Κατά τις αιτιολογικές σκέψεις 42 και 43 της προσβαλλομένης αποφάσεως, όχι μόνον τα ερωτηματολόγια 2-71, 2-73 και 2-74 είναι άρρηκτα συνδεδεμένα, αλλά ο συνδυασμός τους αποκαλύπτει τη στρατηγική κάθε επιχειρήσεως που αναπτύσσει δραστηριότητα στις εν λόγω αγορές.
[45] Από τα ανωτέρω προκύπτει επομένως ότι η Επιτροπή στήριξε την εκτίμησή της στο συνδυασμένο αποτέλεσμα της ανταλλαγής των τριών ερωτηματολογίων 2-71, 2-73 και 2-74, οπότε το γεγονός ότι η κοινοποιηθείσα συμφωνία δεν προβλέπει την ανταλλαγή του ερωτηματολογίου 2-73, που είναι εκείνο το οποίο παρέχει τα πλέον ακριβή και λεπτομερή στοιχεία και μπορεί, έτσι, να αποκαλύπτει τη στρατηγική των διαφόρων παραγωγών, έχει ως αποτέλεσμα την ανατροπή της αναλύσεως που έκανε η Επιτροπή με την προσβαλλόμενη απόφαση."

30. Εξ άλλου ειδικώς όσον αφορά το Carefour, αποδείχθη, σύμφωνα με την άποψη της μειοψηφίας, ότι οι εγκαλούμενες εταιρείες εζήτησαν από τους προμηθευτές είτε να μην επιτρέπουν στο Carrefour να πωλεί τα δικά τους προϊόντα κάτω του κόστους, δηλ. εζήτησαν από αυτούς να εφαρμόζουν την νομοθεσία περί αθεμίτου ανταγωνισμού, όπως την αντιλαμβάνονταν οι εγκαλούμενες εταιρείες, είτε εζήτησαν ίση μεταχείριση ως προς τις παρεχόμενες εκπτώσεις, δηλ. εζήτησαν από αυτούς να εφαρμόζουν την νομοθεσία περί ελεύθερου ανταγωνισμού (πρβλ. άρθρο 1 στοιχ. δ Ν. 703/1977), όπως την αντιλαμβάνονταν οι εγκαλούμενες εταιρείες. Όσον αφορά την νομοθεσία αυτήν, για την εφαρμογή της οποίας η Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι αρμοδία, τίθεται ζήτημα και ερμηνείας των σχετικών διατάξεων και ελέγχου των πραγματικών περιστατικών. Επιβάλλεται λοιπόν όπως η Γραμματεία ξεκινήσει αυτεπάγγελτο έρευνα σε σχέση με τα τιθέμενα και εδώ ζητήματα, δηλ. τόσον σε σχέση με την νομιμότητα των πρακτικών του Carrefour (προς την βιομηχανία και τους ανταγωνιστές της) όσον και σε σχέση με την νομιμότητα των αντιδράσεων της βιομηχανίας και των ανταγωνιστών της στις πρακτικές αυτές.

31. Κατόπιν όλων των ανωτέρω συνάγεται ότι δεν υπάρχει παράβαση εκ μέρους του ΣΕΣΜΕ ως προς την πρώτη αιτίαση της Γραμματείας ή των εγκαλουμένων εταιρειών ως προς την δεύτερη αιτίαση της Γραμματείας, και επομένως η συγκεκριμένη υπόθεση πρέπει να τεθεί στο αρχείο, η δε Γραμματεία να αρχίσει αμέσως έρευνα ως προς τα υποδειχθέντα ζητήματα.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαπιστώνει κατά πλειοψηφία ότι :

Α. Από την κατάρτιση σε κεντρικό επίπεδο καταλόγου ποσοστών εκπτώσεων επί τιμολογίου και την προσπάθεια καθολικής και ενιαίας εφαρμογής του, προκύπτει η πρόθεση του ΣΕΣΜΕ να προσδιορίσει ένα ανώτατο όριο ποσοστού έκπτωσης επί τιμολογίου που θα μεταφερόταν από τις παροχές και λοιπές εκπτώσεις εκτός τιμολογίου. Το γεγονός αυτό έμμεσα έθετε ορισμένο αυθαίρετο επίπεδο ελάχιστης λιανικής τιμής (δάπεδο) το οποίο κατ΄ αποτέλεσμα δε θα επέτρεπε (ως αποτέλεσμα ελευθέρων διαπραγματεύσεων μεταξύ προμηθευτών και αλυσίδων σούπερ μάρκετ) τη μεταφορά μεγαλύτερου ποσοστού παροχών και λοιπών εκπτώσεων στο τιμολόγιο, από το ποσοστό που προσδιοριζόταν στον κατάλογο. Με τον τρόπο αυτό η κατάρτιση σε κεντρικό επίπεδο του εν λόγω καταλόγου παρακωλύει τον ανταγωνισμό, αφού περιορίζει - υπό την απειλή του κινδύνου παράβασης του Ν.2941/2001 ο οποίος εμπεριέχει ως εννοιολογικό στοιχείο της παραβατικής συμπεριφοράς που περιγράφει, την πώληση προϊόντος κάτω του τιμολογιακού κόστους -

την ελευθερία, όσων σούπερ μάρκετ επιθυμούσαν, να πωλούν προϊόντα σε τιμή μεταξύ της αναγραφόμενης επί του τιμολογίου και του πραγματικού κόστους κτήσης των προϊόντων τους από τους προμηθευτές (συμπεριλαμβανομένων όλων των εκπτώσεων και παροχών των προμηθευτών προς τα σούπερ μάρκετ).

Συνεπώς, η ανωτέρω αναφερόμενη ενέργεια του ΣΕΣΜΕ συνιστά παράβαση του άρθρου 1παρ. 1 του Ν. 703/77 και παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ.

Β. Από τις συναντήσεις στο SOFITEL προκύπτει συντονισμός επιχειρηματικής δράσης μεταξύ των επιχειρήσεων ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, ΑΔΕΛΦΟΙ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΕ, Διαμαντής Μασούτης Α.Ε. ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ, ΜΕΤΡΟ Ανώνυμος Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρία Ειδών Διατροφής & Οικιακής Χρήσης, Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΊΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ, ΤΡΟΦΙΝΟ Ανώνυμη Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Ειδών Σούπερ Μάρκετ και ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ, που αφενός αντικαθιστά ηθελημένα τους εγγενείς εμπορικούς κινδύνους του ανταγωνισμού (τουλάχιστον ως προς ένα κρίσιμο χαρακτηριστικό της εμπορικής πολιτικής εκάστου εξ αυτών : τα εκπτωτικά προϊόντα) με βεβαιότητα για την αναμενόμενη εμπορική συμπεριφορά των 7 ανταγωνιστών και αφετέρου αποβλέπει σε δημιουργία συνθηκών ανταγωνισμού στη συγκεκριμένη αγορά που αποκλίνουν ουσιωδώς από τους όρους του ελεύθερου ανταγωνισμού (κατεξοχήν ως προς την παρακώλυση της ελευθερίας εμπορικής δράσης των προμηθευτών). Επομένως πληρούται η αντικειμενική και η υποκειμενική υπόσταση του άρθρου 1 Ν. 703/1977, δεδομένου ότι η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής περιλαμβάνει κάθε μορφή εκούσιου συντονισμού επιχειρήσεων, ο οποίος γίνεται προκειμένου να αρθούν - παραμερισθούν οι συνδεόμενοι με τη λειτουργία του ανταγωνισμού κίνδυνοι, μέσω της εν τοις πράγμασι αυτής πρακτικής συνεργασίας.

Η ανωτέρω συμπεριφορά των επτά επιχειρήσεων συνιστά παράβαση του άρθρου 1 παρ.1 του Ν.703/77 και παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ.

Γ. Αναβάλλει την έκδοση αποφάσεως ως προς το ύψος του προστίμου που θα επιβληθεί στα καθ' ων η αυτεπάγγελτη έρευνα της Γραμματείας μέρη για τις ανωτέρω παραβάσεις και ζητάει από τη Γραμματεία την υποβολή συμπληρωματικής εισήγησης επ΄αυτού.

Η απόφαση εκδόθηκε την 1η Απριλίου 2005.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β/4-4-2001).

Αθήνα, 1 Απριλίου 2005

Ο Πρόεδρος
ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * FAX 210 52 21 004
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: http: www.et.gr – e-mail: webmaster @ et.gr

Πληροφορίες Α.Ε. - Ε.Π.Ε. και λοιπών Φ.Ε.Κ.: 210 527 9000-4
Φωτοαντίγραφα παλαιών ΦΕΚ - ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ - ΜΑΡΝΗ 8 - Τηλ. (210)8220885 - 8222924
Δωρεάν διάθεση τεύχους Προκηρύξεων ΑΣΕΠ αποκλειστικά από Μάρνη 8 & Περιφερειακά Γραφεία

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ Φ.Ε.Κ.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ - Βασ. Όλγας 227	**(2310) 423 956**	**ΛΑΡΙΣΑ** - Διοικητήριο	**(2410) 597449**
ΠΕΙΡΑΙΑΣ - Ευριπίδου 63	**(210) 413 5228**	**ΚΕΡΚΥΡΑ** - Σαμαρά 13	**(26610) 89 122**
ΠΑΤΡΑ - Κορίνθου 327	**(2610) 638 109**		**(26610) 89 105**
	(2610) 638 110	**ΗΡΑΚΛΕΙΟ** - Πεδιάδος 2	**(2810) 300 781**
ΙΩΑΝΝΙΝΑ - Διοικητήριο	**(26510) 87215**	**ΛΕΣΒΟΣ** - Πλ.Κωνσταντινουπόλεως 1	**(22510) 46 654**
ΚΟΜΟΤΗΝΗ - Δημοκρατίας 1	**(25310) 22 858**		**(22510) 47 533**

ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΛΛΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΟΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

Σε έντυπη μορφή:
- Για τα ΦΕΚ από 1 μέχρι 16 σελίδες σε 1 euro, προσαυξανόμενη κατά 0,20 euro για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο ή μέρος αυτού.
- Για τα φωτοαντίγραφα ΦΕΚ σε 0,15 euro ανά σελίδα.

Σε μορφή CD:

Τεύχος	Περίοδος	EURO	Τεύχος	Περίοδος	EURO
Α΄	Ετήσιο	150	Αναπτυξιακών Πράξεων	Ετήσιο	50
Α	3μηνιαίο	40	Ν.Π.Δ.Δ.	Ετήσιο	50
Α΄	Μηνιαίο	15	Παράρτημα	Ετήσιο	50
Β'	Ετήσιο	300	Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας	Ετήσιο	100
Β΄	3μηνιαίο	80	Ανωτάτου Ειδικού Δικαστηρίου	Ετήσιο	5
Β΄	Μηνιαίο	30	Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων	Ετήσιο	200
Γ	Ετήσιο	50	Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων	Εβδομαδιαίο	5
Δ΄	Ετήσιο	220	Α.Ε. & Ε.Π.Ε	Μηνιαίο	100
Δ΄	3μηνιαίο	60			

- Η τιμή πώλησης μεμονωμένων Φ.Ε.Κ ειδικού ενδιαφέροντος σε μορφή cd-rom και μέχρι 100 σελίδες σε 5 euro προσαυξανόμενη κατά 1 euro ανά 50 σελίδες.
- Η τιμή πώλησης σε μορφή cd-rom δημοσιευμάτων μιας εταιρείας στο τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε. σε 5 euro ανά έτος.

ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ Φ.Ε.Κ. : τηλεφωνικά : 210 - 4071010, fax : 210 - 4071010 internet : http://www.et.gr.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

	Σε έντυπη μορφή	Από το Internet
Α΄ (Νόμοι, Π.Δ., Συμβάσεις κτλ.)	225 €	190 €
Β΄ (Υπουργικές αποφάσεις κτλ.)	320 €	225 €
Γ΄ (Διορισμοί, απολύσεις κτλ. Δημ. Υπαλλήλων)	65 €	ΔΩΡΕΑΝ
Δ΄ (Απαλλοτριώσεις, πολεοδομία κτλ.)	320 €	160 €
Αναπτυξιακών Πράξεων και Συμβάσεων (Τ.Α.Π.Σ.)	160 €	95 €
Ν.Π.Δ.Δ. (Διορισμοί κτλ. προσωπικού Ν.Π.Δ.Δ.)	65 €	ΔΩΡΕΑΝ
Παράρτημα (Προκηρύξεις θέσεων ΔΕΠ κτλ.)	33 €	ΔΩΡΕΑΝ
Δελτίο Εμπορικής και Βιομ/κής Ιδιοκτησίας (Δ.Ε.Β.Ι.)	65 €	33 €
Ανωτάτου Ειδικού Δικαστηρίου (Α.Ε.Δ.)	10 €	ΔΩΡΕΑΝ
Ανωνύμων Εταιρειών & Ε.Π.Ε.	2.250 €	645 €
Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων (Δ.Δ.Σ.)	225 €	95 €
Πρώτο (Α΄), Δεύτερο (Β΄) και Τέταρτο (Δ΄)	–	450 €

- Το τεύχος του ΑΣΕΠ (έντυπη μορφή) θα αποστέλλεται σε συνδρομητές με την επιβάρυνση των 70 euro, ποσό το οποίο αφορά ταχυδρομικά έξοδα.
- Για την παροχή δικαιώματος ηλεκτρονικής πρόσβασης σε Φ.Ε.Κ. προηγουμένων ετών και συγκεκριμένα στα τεύχη Α΄, Β΄, Δ΄, Αναπτυξιακών Πράξεων & Συμβάσεων, Δελτίο Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας και Διακηρύξεων Δημοσίων Συμβάσεων, η τιμή προσαυξάνεται πέραν του ποσού της ετήσιας συνδρομής έτους 2005, κατά 25 euro ανά έτος παλαιότητας και ανά τεύχος, για δε το τεύχος Α.Ε. & Ε.Π.Ε., κατά 30 euro.

* Οι συνδρομές του εσωτερικού προπληρώνονται στις ΔΟΥ (το ποσό συνδρομής καταβάλλεται στον κωδικό αριθμό εσόδων ΚΑΕ 2531 και το ποσό υπέρ ΤΑΠΕΤ (5% του ποσού της συνδρομής) στον κωδικό αριθμό εσόδων ΚΑΕ 3512).Το πρωτότυπο αποδεικτικό είσπραξης (διπλότυπο) θα πρέπει να αποστέλλεται ή να κατατίθεται στην αρμόδια Υπηρεσία του Εθνικού Τυπογραφείου.
* Η πληρωμή του υπέρ ΤΑΠΕΤ ποσοστού που αντιστοιχεί σε συνδρομές, εισπράττεται και από τις ΔΟΥ.
* Οι συνδρομητές του εξωτερικού έχουν τη δυνατότητα λήψης των δημοσιευμάτων μέσω internet, με την καταβολή των αντίστοιχων ποσών συνδρομής και ΤΑΠΕΤ .
* Οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις, οι Δήμοι, οι Κοινότητες ως και οι επιχειρήσεις αυτών πληρώνουν το μισό χρηματικό ποσό της συνδρομής και ολόκληρο το ποσό υπέρ του ΤΑΠΕΤ.
* Η συνδρομή ισχύει για ένα ημερολογιακό έτος. Δεν εγγράφονται συνδρομητές για μικρότερο χρονικό διάστημα.
* Η εγγραφή ή ανανέωση της συνδρομής πραγματοποιείται το αργότερο μέχρι την 31ην Δεκεμβρίου κάθε έτους.
* Αντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές επιταγές και χρηματικά γραμμάτια δεν γίνονται δεκτά.

Οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης των πολιτών λειτουργούν καθημερινά από 08.00΄ έως 13.00΄

ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ